РУССКИЙ ЮВЕЛИР

сентябрь | 2009 (6)

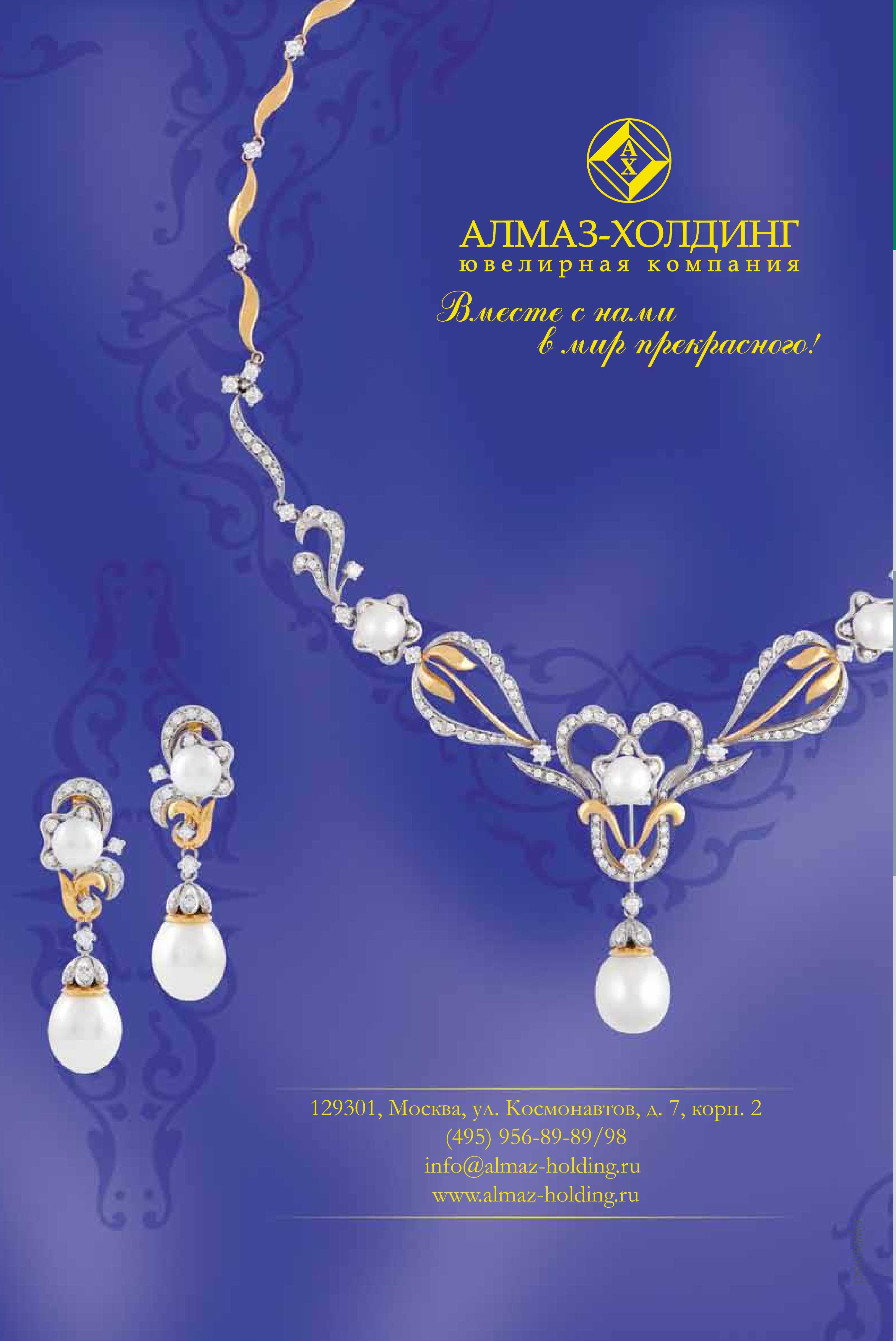
www.nikawatches.ru

Ника
ювелирные часы

Механика. Золотое исполнение

ISSN 1810-7311
06
9 771810 731002

Серебро атакует | Золото со стрелками |
Территория творчества | Эскиз |



РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «Российская ювелирная торговля»

РосЮвелирЭксперт

ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., 12; Тел./факс: (812) 320-80-99, 303-98-60
E-mail: junwex@restec.ru; Internet: www.rjexpert.ru, www.restec.ru/junwex

3–7 февраля 2010

XVIII Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

ВК «Ленэкспо», Гавань
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

13–16 мая 2010

IX Международная выставка ювелирных и часовых брендов

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ
NEW RUSSIAN STYLE

ВВЦ, павильон № 75
МОСКВА

11–15 сентября 2010

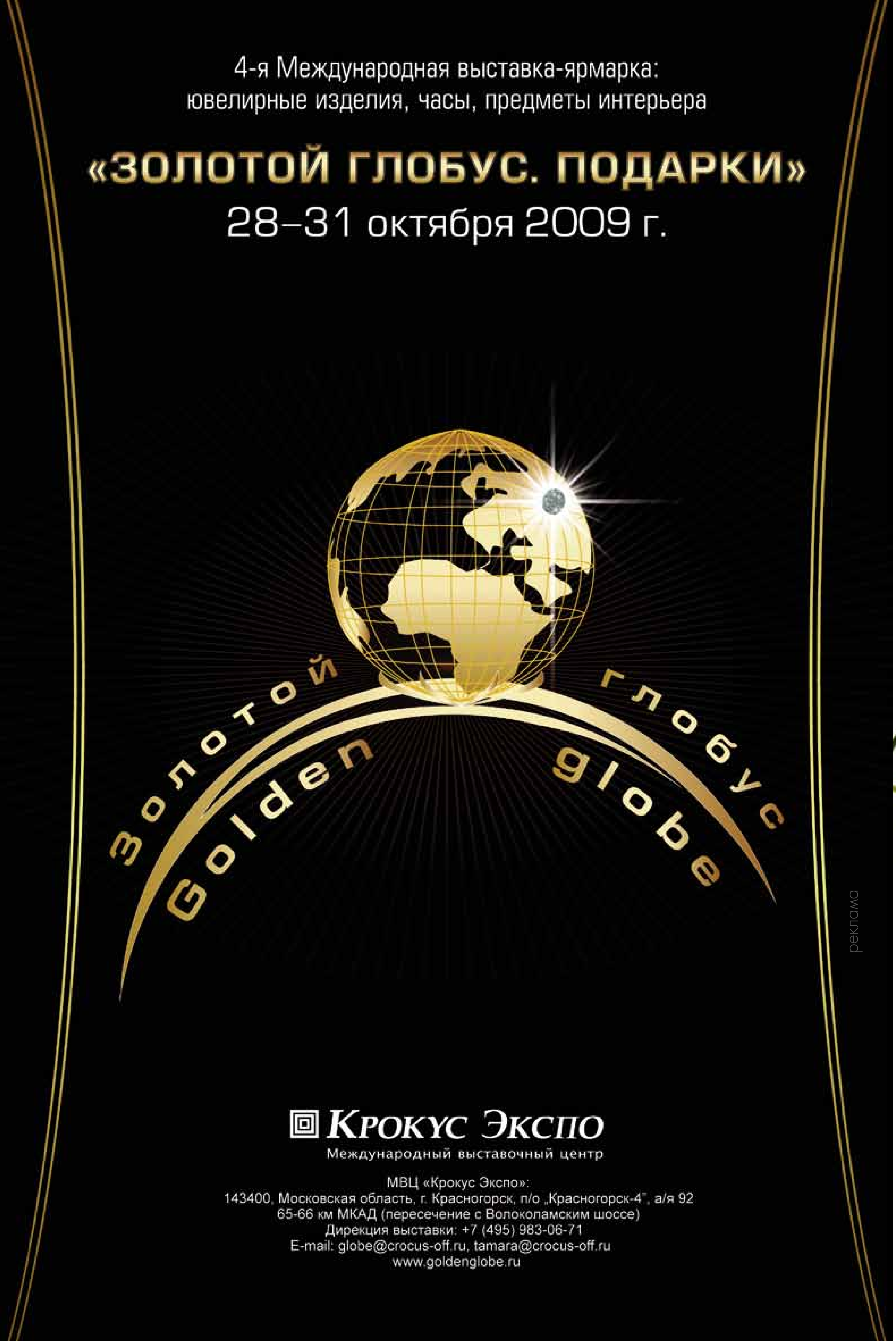
VI Оптовая ювелирная биржа

JUNWEX МОСКВА

ВВЦ, павильон № 75
МОСКВА

реклама

Новый региональный проект:
11–13 декабря 2009 — специализированная ювелирная выставка «JUNWEX Екатеринбург», ЦМТ Атриум Палас Отель



ОБЛОЖКА

ООО «Ника»
115407, Москва
ул. Речников, д. 17, стр.2
тел. офиса +7 (495) 988 73 33
тел. отдела продаж +7 (495) 988 41 88
www.nikawatches.ru

НОВИНКИ

8 Палладий с бриллиантами от «ГРИНГОР»

43 Хит-парад от «Ники»

78 Новое — это хорошо протертое старое

МНЕНИЯ

13 Серебро атакует?

СЕРЕБРЯНЫЕ ИСТОРИИ

18 Как нельзя более к столу

стр. 18
Серебряные истории

стр. 22
Размышления о любви

ЮВЕЛИРНЫЙ ДИЗАЙН

22 Размышления о любви

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина
фото
фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева
журналист:
Наталия Домагальская

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-7565/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 6, 2009 год

ТИРАЖ 8000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммунакаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

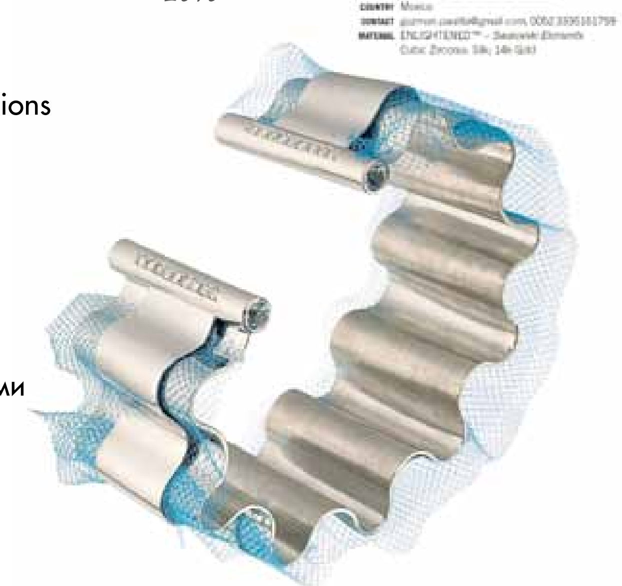
Журнал «Русский Ювелир» —
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
Гильдии ювелиров России

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

26 Все грани чувств…

28 Путь наверх

30 Тенденции Gem Visions 2010



стр. 30
Тенденции Gem Visions 2010

ЧАСЫ

38 Золото со стрелками

ГЕММОЛОГИЯ

44 Мода на природу

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

50 Они приходят дружить…

70 Эскиз

стр. 70
Эскиз

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

54 Памятные, мемориальные и траурные украшения

60 Цитаты и стилевые заимствования

ЮВЕЛИРЫ ПЕТЕРБУРГА

67 Территория творчества

стр. 67
Территория творчества

ИСТОРИЯ

76 Василий Васильевич Коноваленко

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

53 С Днем рождения!

ФАБРИКА ВЕК
www.vekfabrika.ru
ФАБРИКА ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ И ЮВЕЛИРНОЙ УПАКОВКИ

Центральный офис:
Россия, 601915, Владимирская обл. г. Ковров, ул.Блинова, д. 66
тел/факс (49232) 6-94-70, 6-94-71 e-mail:info@vekfabrika.ru
Представительство в Москве: (495) 775-87-20
127018, Москва, 3-й пр. Марьиной рощи, д.40, корп.1, офис 104
Санкт-Петербург: (812) 927-97-98

Единый номер
8 800 333 94 70
звонок бесплатный

Палладий с бриллиантами от «ГРИНГОР»

Ювелирное предприятие «ГРИНГОР», Санкт-Петербург на осенней выставке «JUNWEX Москва 2009» ***(павильон № 75, стенд № 800)*** представляет первую среди ювелирных предприятий Северо-Западного региона коллекцию ювелирных украшений из палладия с драгоценными камнями. Надеемся, что дизайн, качество и цена изделий понравятся нашим покупателям. Мобильный телефон для связи на выставке **+7 921 860 34 54**.

СПРАВКА

Палладий

Химический элемент с атомным номером 46 в периодической системе Менделеева, обозначается Pd (лат. Palladium), белого цвета. Палладий относится к металлам платиновой группы и очень редко встречается в природе в виде самородков.

Происхождение названия

Красивая история открытия палладия связана с двумя яркими событиями. В 1802 году к Земле максимально близко приблизился астероид, который был назван Паллада в честь древнегреческой богини войны, мудрости, знаний и искусств Афины Паллады. Год спустя миру был открыт новый драгоценный металл платиновый группы — палладий, в названии которого соединились космическая история и история древности.

Мифология

Название палладий получил в честь Афины Паллады. Согласно греческой мифологии статуя Афины, обладающее чудотворным действием — палладий — упала с небес. Палладий был одним из символов несокрушимости Трои. Таинственный подарок небес на Земле, легендарный палладий оказался в древней Трое, где его почитали как символ божественной защиты. Верили, что никакая беда не грозит городу, пока палладий остается в его стенах.

Действительно, греки, укрывшиеся в «Троянском коне», были бы не способны нанести поражение могущественному городу, если бы не выкрали этого священного талисмана. С тех пор города-государства, где бы они ни находились в античном мире, тщательно оберегали палладий как символ непобедимости.

Неуязвимый, подобно его древней тезке, драгоценный металл палладий сегодня востребован из-за его исключительных свойств — устойчивости к внешним воздействиям, сопротивления коррозии и ровному благородному блеску.

ПАЛЛДИЙ КАК ЮВЕЛИРНЫЙ МЕТАЛЛ

НОВЫЙ СТИЛЬ, НОВАЯ МОДА!

Новый ювелирный металл палладий — это выражение Вашей индивидуальности! Сегодня, когда белый цвет — это ведущая мировая тенденция ювелирной моды, палладий взлетает на самый гребень модной волны!

МЕТАЛЛ ПОБЕДИТЕЛЕЙ!

Палладий — меньше веса, больше благородного блеска, иллюзия объема и привлекательная стоимость Ваших изделий. Современный и долговечный ювелирный металл. Плотность палладия 12,02; температура плавления 1552°С, твердость по Бринеллю 52 кгс/мм².

НОВЫЙ ВКУС!

Палладиевая оправа великолепно подчеркивает естественный цвет и усиливает блеск драгоценных камней. Изделия из палладия не тускнеют на воздухе и не подвержены коррозии!

ПЛАСТИЧНОСТЬ!

Из всех металлов платиновой группы палладий лучше всего подвергается механической обработке — он самый ковкий и пластичный. Тугоплавкий, легко вытягивается в проволоку и прокатывается в пластину.

ЛЕГКОСТЬ!

Палладий — самый легкий из всех драгоценных металлов платиновой группы — очевидная возможность для дизайнеров и ювелиров реализовывать самые смелые идеи и создавать разные стилевые коллекции, опережая конкурентов и удовлетворяя спрос всех целевых групп покупателей.

ЗДОРОВЬЕ!

Палладий является гипоаллергенным металлом, то есть НЕ ВЫЗЫВАЕТ АЛЛЕРГИИ. ОН ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТАКЖЕ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

Р.О.С.ЮВЕЛИРЭКСПО

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР

Центр Ювелирного Искусства в СОКОЛЬНИКАХ

Центр Ювелирного Искусства в Сокольниках это:
Круглогодично работающая площадка
Лучшие условия для работы оптовых покупателей
Свободный вход в Центр для посетителей

Приглашаем Вас принять участие в этом уникальном проекте, презентация которого состоится на выставке «Ювелир-2009» в КВЦ «Сокольники».

ЗАО «Р.О.С. Ювелирэкспо»
Наш телефон: +7-495-517-66-73

реклама

Приглашение на День Рождения

АКАДЕМИЯ СЕРЕБРЯНОЙ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНАЯ МОДА

Трижды три причины
побывать на **9-летии** у компании
«Ювелирная Мода»*

В честь 9-летия

3 скидки**
- дополнительная скидка 3% (к любой набранной по Системе Скидок) всем покупателям.
- дополнительная скидка 6% (к любой набранной по Системе Скидок) всем покупателям, сделавшим предоплату до 29 сентября.
- скидка 9% на любую покупку при оплате по факту.

3 отсрочки платежа
- дополнительно 9 дней отсрочки платежа ко всем срокам оплаты.
- отсрочка платежа 60 дней всем постоянным покупателям на любую сумму покупки.
- специальная отсрочка платежа 90 дней при покупке на сумму свыше 333 000 рублей.

3 комплекта подарков***
-традиционный комплект подарков всем покупателям.
- антикризисный комплект подарков при покупке свыше 100 000 рублей.
- специальный комплект подарков при покупке свыше 300 000 рублей.

Теперь работать с нами в 9 раз выгоднее и удобнее!

Сотрудничайте с компанией "Ювелирная мода" и Ваш успех будет сверкающим, как серебро, а прибыль растущей, как трава весной.

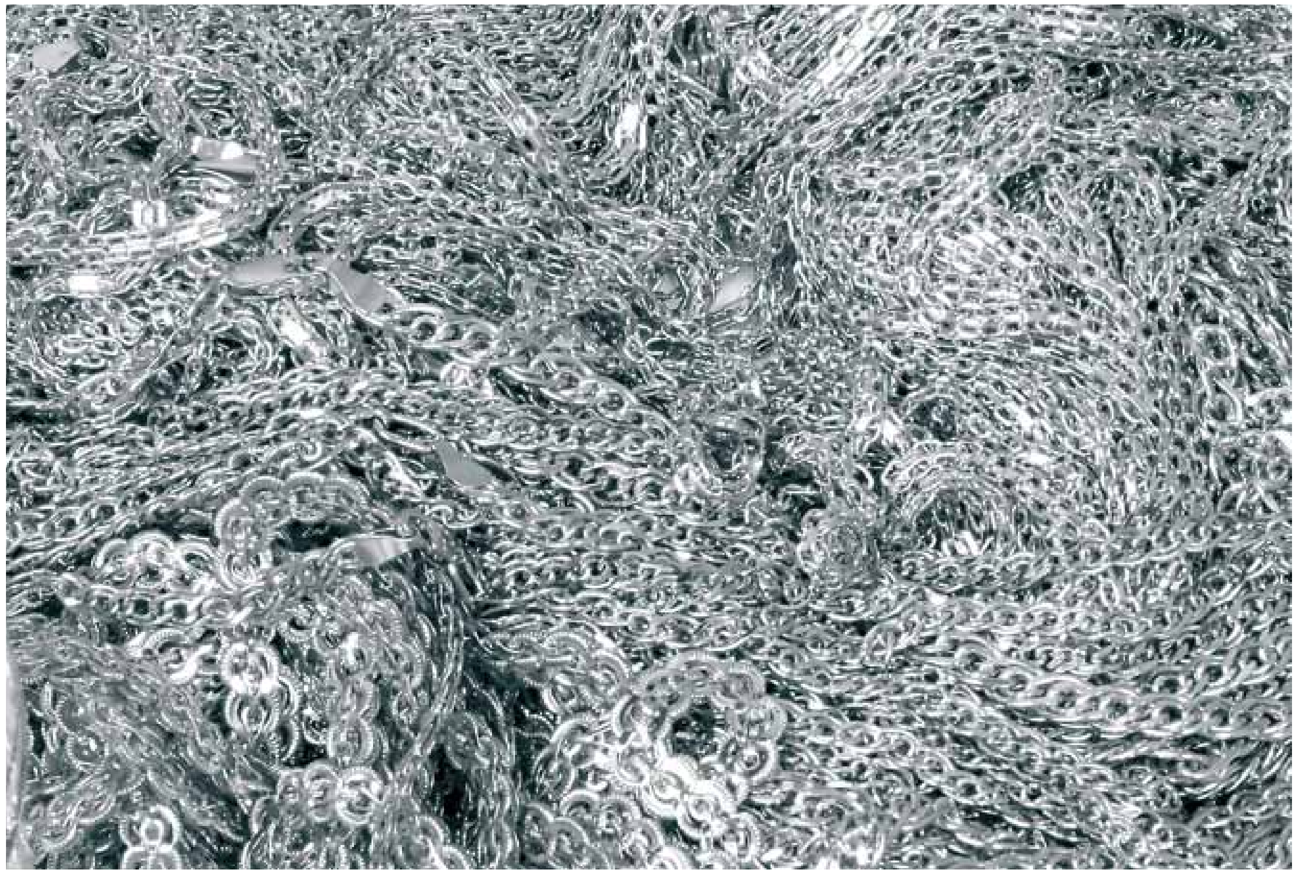
реклама

*Акция действует с 29.07.09 по 29.09.09
**Указанные скидки не суммируются.
***Подарки будут скомплектованы по итогам проведения праздничной акции.

Пермь (342) 212-96-74 212-62-65 • Москва (495) 917-04-43
Самара (846) 995-63-47 • Уфа (347) 248-39-44 • Екатеринбург (343) 380-02-17

9 лет
Компании «Ювелирная Мода»

Серебро атакует?



По данным Пробирной палаты России падение объемов золотых ювелирных изделий (по отношению к 2008 году), поступивших в инспекции в течение шести месяцев, составило:

январь — 39%, февраль — 45%, март — 45%, апрель — 44%, май — 46%, июнь — 46%.

А вот как менялось количество изделий из серебра, поступивших в ГИПН в тот же период:

январь — 65%, февраль — 52%, март — 50%, апрель — 42%, май — 37%, июнь — 34%.

Какие выводы мы можем сделать из этих данных? Безусловно, кризис в большей степени затронул золотой сектор ювелирного рынка, в то время как серебряный демонстрировал уверенный рост. Но, с другой стороны, темпы роста серебра замедляются...

Итак, что будет со всеми нами? Каких сюрпризов нам ждать от рынка?

Мы постепенно учимся жить с этим самым кризисом. Если в феврале, на выставке «JUNWEX», очень часто слышали сакраментальный вопрос «Что делать?» как от производителей, так и продавцов, то уже в мае большинство компаний определилось со стратегиями выживания и развития в этот непростой период. Кто-то утверждает, что надо «залечь на дно» и не высовываться, другие считают, что именно сейчас надо активно заявлять о себе, так как в такие времена выживают сильнейшие.

Сейчас все — не только участники ювелирного рынка — во всем мире платят по счетам. Очевидно, ни одна страна не была готова к такого рода катастрофе, но во многих случаях ювелирный бизнес показал, что способен действовать гораздо более слаженно и правильно, чем большинство других отраслей. Кризис показал необходимость создания новой системы маркетинга, которая была бы более близка интересам поставщиков и клиентов.

Мы обратились за комментариями о сложившейся ситуации к руководителям компаний, представляющих производство серебряных украшений и часов. Следующим шагом будет беседа с представителями «золотого» производства.

Александр Сергеевич Горыня, генеральный директор компании «ГРИНГОР»

9 сентября исполнится 10 лет, как фирма «ГРИНГОР» представила коллекцию украшений из серебра с бриллиантами. Это было непривычным и непонятным для многих, так как сочетание недорогого металла и драгоценного камня считалось не комильфо. Кто бы мог подумать, что этот шаг, вызвавший неоднозначную реакцию коллег, окажется не просто верным, а стратегически выверенным и дальновидным. Мы попросили Александра Сергеевича Горыню рассказать о делах фирмы.

Да, десять лет назад мнения коллег были единодушными, и одно из них: «Я знала, что ты с приветом, но, чтобы настолько?» — я запомнил. Прошли годы, и надо отдать должное, мне приятно услышать: «Не думала, что ты окажешься прав». Вот так жизнь все расставляет на свои места. Коллекция, придуманная и разработанная нами с начала и до конца, сейчас востребована, а ведь это не массовка, на которую многие делают ставку. Нынешняя ситуация, к сожалению, показала, что для многих из соотношения цена-качество, определяющей осталась только цена, поэтому рынок наводнен очень дешевым и некачественным серебром. Мы все эти годы работали только с самыми проверенными, самыми надежными торговыми сетями, отдавали товар на комиссию, а это дает крепкое сцепление с рынком, ежемесячные отчеты позволяют знать, в каких регионах что продается и к каких количествах. Не буду озвучивать цифры, мне они нужны самому, преимущества перед другими есть, положение наше стабильное, и мы будем и дальше создавать украшения, оригинальные по дизайну и безупречные по качеству.

Андрей Александрович Саламатин, коммерческий директор компании «Ювелирная Мода»

Ваша компания с 2002 года занимается изготовлением изделий из серебра. Почему именно серебро?

Ну, собственно серебряная история «Ювелирной моды» началась с того, что нам не хватало оборотных средств на покупку золота. Золото значительно дороже, и перед компанией тогда стоял вопрос: «Производить немного золота или много серебра?».

На тот момент у нас были и налаженные каналы сбыта золотых украшений, и небольшой, но весьма ходовой модельный ряд. Продукция была вполне рядовая, заурядная. Я не чувствовал перспективы. Решил, что стоит попробовать серебро.

С самого начала было понятно, что на серебре зарабатывать будет труднее, чем на золоте. На тот момент разница в заработке с одного грамма продукции составляла пять раз. Я думаю, что сейчас примерно та же ситуация. Ни один предприниматель в здравом уме не откажется от большего заработка. Поэтому мы поставили себе задачу найти способы получения максимальной отдачи от серебряного ассортимента.

Прежде чем производить много разного серебра, мы научились продавать много разного серебра. Открыли собственный серебряный магазин и стали учиться чувствовать рынок и покупателя, экспериментировать с серебром, находить, изобретать и возрождать идеи новых серебряных изделий.

А потом это так захватило, что мыслей о золоте вообще не осталось. Серебро — это то, что мы все любим. А как часто бывает, когда занимаешься очень любимым делом, начинает все хорошо получаться.

Наш магазин теперь — крупнейший в стране Международный Ювелирный центр «Сереброника». Наша сбытовая сеть — головной офис, четыре филиала и два экипажа «скорой серебряной помощи». Наш ассортимент — более пяти тысяч наименований, двенадцать торговых марок и тридцать три коллекции, из которых девять коллекций — уникальные и единственные в мире. «Ювелирная мода» — это коллектив из семидесяти человек.

Согласитесь, все это не так уж и мало для небольшой региональной серебряной компании. И если вспомнить 2002 год, то честно могу сказать, что тогда не ожидал таких результатов. А если удастся воплотить еще и новые идеи... В любом случае, серебро очень благодарный металл и приносит удачу тем, кто его любит.

Может ли в ближайшее время крупнейший в стране Международный Ювелирный центр «Сереброника» открыть свой золотой филиал?

А что, хорошая идея! У продавцов золота деньги под ногами валяются — лень нагнуться. У меня с 1994 года в запасе столько идей по золотому производству и золотой торговле, что жизни не хватит все это осуществить. Думаю, как выгодно пристроить.

А если честно, за все время работы мне уже столько раз предлагали снова начать заниматься золотом, что дело принципа попробовать и доказать, что любовь к своему делу и во время кризиса дает хорошие результаты. Вот выберу время (и накоплю денег) и займусь золотым проектом.

Чем стало для Вас ювелирное дело?

Вообще-то, в ювелирку я попал случайно. А так как во всем люблю копнуть поглубже, то копнул настолько глубоко, что до сих пор от «случайно найденного» голова кругом идет. Как сказал один мой приятель: «Золото есть везде, только нужно глубже копать». Так вот, чем глубже копаешь, тем больше открывается. Причем есть и зарытые сокровища, и драгоценная руда, и просто полезные ископаемые. Иногда чувствую себя шахтером (причем «стахановцем»), иногда искателем кладов, а иногда весь «огород» перероешь, ничего не найдешь, а все равно хорошо — все грядки вскопаны.

То, что «накопал», частично использую в работе, что-то по нескольку лет ждет своего времени. Что-то просто отдаю другим — заметил как-то: чем больше отдаешь, тем больше потом находишь. Что-то просто интересно и не несет никакой выгоды и пользы — просто интересно. Иногда не могу понять других ювелиров. Как можно так скучно жить! Ювелирное дело — это история, дизайн, наука, творчество, технологии, мистика, традиции, мода, бизнес, искусство, духовность, народная медицина, в конце концов.

Одно только изучение ювелирных камней настолько интересно, что... ну просто нет слов. В общем, ювелирное дело для меня — любимое дело. Наверное, если бы не случай, то моим любимым делом в жизни могли стать история (с самого детства обожаю историю), реклама (я и сейчас ею постоянно занимаюсь), книги (люблю читать много о разном), холодное оружие (особенно древнерусское и восточное), кондитерка (хорошо разбираюсь в сладком, есть даже личные изобретения).

Поэтому от ювелирки я беру то, что недополучаю от других любимых дел: увлекательные истории, необычную рекламу, интересные книги, дизайн оружия, а на десерт ювелирную прессу.

«Ювелирная мода» известна на российском рынке своими креативными идеями, которые Вы неустанно генерируете. Чем Ваша компания удивит нас в ближайшее время?

Все идеи берем из жизни. Они лежат и ждут, пока кто-нибудь их осуществит. Очень часто бывает так: придумаешь что-то, а потом видишь, что это уже сделано. Значит, другой поймал идею до тебя или раньше осуществил.

Началось все, конечно, с «Властелина Колец» — это дочь Алена попросила. Ей тогда было пять лет, мы сходили в кино, и ей захотелось такое кольцо. Сделали. Оказалось, что желающих купить такое кольцо только в нашей стране сотни тысяч человек.

Вот с тех пор мы ищем и воплощаем идеи: «Зачарованные», «Ночной Дозор», «Зима-Лето», «Пираты Карибского моря», «Одноклассники» — это самые громкие коллекции. Есть коллекции, созданные под конкретную группу потребителей: «Стразы», «Плейбой», «Серебров», «Православная», «Мусульманская», «Детская». Есть коллекции, созданные под ситуацию применения: «Сувениры», «Столовое серебро», «Серебряные витамины».

«Ювелирная мода», наверное, единственная компания в России, у которой весь ассортимент поделен на отдельные коллекции и торговые марки. Так легче и эффективнее продавать изделия нашим клиентам. Логику создания и расширения коллекций берем из практики розничных продаж. Ведь у нас самый большой в России «испытательный полигон» серебра. В запасе много новых хороших идей, наша задача выбрать наиболее продаваемые.

А удивить можем любого нового покупателя! Все, кто к нам приходят впервые, не скрывают своего удивления от широты ассортимента и принципов работы с клиентами. Наших постоянных покупателей приходится удивлять регулярно, что мы и сделаем на сентябрьских выставках.

Мы подготовили новый востребованный продукт, необычный для ювелирной торговли, но необычайно перспективный и высокодоходный. ПРОСТО СУПЕР! Что это — пока секрет! Приходите к нам на стенды в Сокольниках и на ВВЦ — увидите и оцените сами.

По данным Пробирной палаты изготовление ювелирных изделий из серебра в 2009 году выросло на шестьдесят пять процентов в сравнении с прошлым годом. Как, на Ваш взгляд, это отразится на торговле в ближайшее время? Не произойдет ли перенасыщение рынка серебром?

Ну, во-первых — рост производства серебряных изделий по итогам шести месяцев 2009 года составил не шестьдесят пять, а тридцать четыре процента. Практически в два раза меньше. Это в январе-феврале все «золотопромышленники» ринулись в серебро, а затем эти объемы сильно упали, важно ведь не только производить, но и продавать. А о том, что производить серебряные изделия сложнее и дешевле, чем золото, видимо, никто из «златодельцев» не догадывался. Тем более не подумали «златокузнецы» и о том, что серебро сложнее продавать. Вот и находятся многие в такой ситуации, что кроме как «золотарями» (ассенизаторами) их уже и не назовешь.

К этому же есть и «во-вторых» — общее падение импорта серебра составило более полутора миллионов штук, а из-за падения рубля российское серебро стало более конкурентоспособным и произошло увеличение экспорта. Я Вам не скажу, насколько больше, экспорт серебра — это государственная тайна. Но все это сильно снижает эффект от роста отечественного производства серебра.

Есть еще и «в-третьих» — подумать о том, что российские женщины перестанут любить и покупать украшения, просто невозможно (скорее мужики перестанут пить водку). Снижение производства и импорта золотых изделий в общей сложности почти на одиннадцать миллионов штук создает место для наращивания объемов серебряной торговли путем замещения объемов золотой. Украшений в 2009 году будет продано не меньше, чем в 2008. Только вместо золота многие женщины предпочтут более доступные серебро и бижутерию.

А от себя лично добавлю «в-четвертых»: практически весь рост серебряного производства произошел за счет сегмента массовки. Зато остался значительный дефицит по отдельным и весьма доходным товарным категориям серебряных изделий. Мы видим этот дефицит и предлагаем то, на чем ювелирным магазинам легко зарабатывать и покрывать недостаток золотой торговли.

В общем, эффективное увеличение серебряного ассортимента, я думаю, составило примерно пять — десять процентов, и перенасыщение серебром ювелирному рынку не грозит. Есть возможности роста. Другое дело, что денег у ювелирной торговли стало гораздо меньше, чем год назад. Многим оборотных средств не хватает даже на обновление серебряного ассортимента. Поэтому и конкуренция необычайно выросла, и многие, в том числе и серебряные компании, такой конкуренции не выдерживают. Но нужно понимать, что это конкуренция за деньги оптовиков, а не за деньги розничных покупателей.

Дефицит оборотных средств у ювелирной торговли приводит только к дефициту ассортимента на прилавках. Это печальный факт, но ювелирка может потерять

часть своих покупателей и покупательниц, перешедших на покупку бижутерии, парфюмерии, аксессуаров и гаджетов. Поэтому дам один только совет — держите своих покупателей в постоянном тонусе новинками и обновлением ассортимента, необычными товарами и привлекающими акциями. Мы поможем!

Что подвигло Вас на создание Серебряной Антикризисной Программы? Каковы ее результаты?

С началом кризиса стало очень заметным общее уныние. Все плохо, потому что плохо и лучше не может быть. Но выход из трудного положения есть всегда, главное — настрой на эффективную работу. Поэтому и решили сделать «Ювелирную Моду» островком оптимизма и позитива. Без всякого притворства. И у нас есть трудности, и у нас много кредитов, и наши покупатели остались без денег. Но для того чтобы хорошо жить, нужно хорошо работать, а во время кризиса нужно хорошо работать днем и ночью.

Мы переложили весь опыт своей работы на антикризисный лад. Добавили эффективные антикризисные технологии. Увеличили бонусы, скидки и подарки. Поделились ценной информацией. Рассказали о себе. Так и получилась Серебряная Антикризисная Программа. Единственная в своем роде. Программа, которой с удовольствием пользуются наши покупатели.

Я считаю, что Программа помогла нам вывести сегмент серебра на новый уровень — в серебро поверили новые покупатели, серебряный ассортимент расширили наши постоянные клиенты. В этом несомненная польза Серебряной Антикризисной Программы не только для нас, но и для всей серебряной отрасли и всей ювелирной торговли.

Могу сказать, что за Программой охотятся другие ювелиры, в том числе и наши конкуренты. Изучают, копируют, в общем, активно пользуются нашей интеллектуальной собственностью. Нам это приятно — в какой-то мере «Ювелирная мода» стала стандартом работы с покупателями.

В феврале Вы предлагали поставщикам серебра объединиться, и насколько мы знаем, это предложение вызвало интерес Ваших коллег. Что помешало объединению в конечном итоге?

С началом кризиса мы спрогнозировали несколько вариантов развития ситуации на ювелирном рынке. Рассматривали разные способы снижения негативных последствий падения рынка. Одним из эффективных инструментов могла бы стать «серебряная коалиция». Задачи такого объединения — борьба с демпингом, контрафактной и контрабандной продукцией; совместные действия по сохранению серебряного рынка, взаимопомощь по работе с проблемными клиентами в разных регионах.

В итоге дальше консультаций дело не пошло. Ведь в феврале 2009 года на серебряном рынке все было замечательно. Как оказалось, самый оптимистичный вариант развития серебряной отрасли не состоялся. Многие сейчас в трудном положении. Я считаю, что «серебряная коалиция» нужна и сегодня.

Можете ли дать прогноз о том, как будет развиваться в ближайшее время ювелирный бизнес (производство и торговля) в России?

Бизнес — это извлечение выгоды. Выгода может быть легкой и сиюминутной, а может быть заслуженной и долгосрочной. В какой-то мере я даже рад тому, что с ювелирного рынка уходят «случайные» люди, те, кто «рубил бабло полегкому, а щас соскочил с темы». Очень хорошо, что ювелирка очистится от всякой «дряни и швали».

Конечно, выигравших от кризиса в ювелирной отрасли нет. Терпят убытки, закрываются и банкротятся многие достойные предприятия. Но это вопрос эффективности работы, запаса прочности и желания что-то сделать. Тем, кто начал недавно, особенно трудно. Придется поработать локтями.

В ближайшее время, я думаю, лучше чувствовать себя будет тот, кто освоит антикризисные технологии, получит новые резервы и освоит новые ресурсы. На самом деле таких резервов и ресурсов достаточно много.

Еще одним ключевым словом выживания в кризисе станет взаимопомощь. Взаимопомощь в цепочке «производитель—магазин» при максимальной честности и высокой ответственности обеих сторон.

Давать прогнозы — не очень благодарное дело. Я не Нострадамус и не Глоба. Но общие направления развития ювелирной торговли просты и понятны каждому:

- продолжится спад по золоту и бриллиантам;
- сильно вырастет рынок серебра;
- существенно изменится ассортимент ювелирных магазинов;
- усилится борьба федеральных сетей между собой и с местными игроками;
- появятся новые торговые сети — фирменная розница производителей;
- возрастет роль ювелирных торговых марок;
- повысится активность иностранных игроков на российском рынке;
- придут новые технологии и специалисты;
- будет развиваться новый сегмент покупателей — корпоративный;
- партнеры «Ювелирной моды» будут процветать и богатеть.

Десять простых прогнозов. Если нужно подробнее — пожалуйста, обращайтесь! А я, пользуясь удобным моментом, хочу поздравить весь коллектив «Ювелирной моды» с девятилетием. Приглашаю всех наших покупателей, клиентов и партнеров к нам в гости! Подарки и сюрпризы гарантирую.

Денис Гнатовский, директор по маркетингу компании «Ника»

По данным Пробирной палаты изготовление ювелирных изделий из серебра в 2009 году выросло на шестьдесят пять процентов в сравнении с прошлым годом.

Всем известна истина о том, что спрос рождает предложение. Спрос на серебряные изделия увеличился в связи с мировой экономической ситуацией. Люди, не желая совсем отказываться от покупки ювелирных часов, с дорогих продуктов переключились на более доступные. То есть если раньше они покупали золотые украшения, то сейчас приобретают серебряные.

Как, на Ваш взгляд, это отразится на торговле в ближайшее время? Не произойдет ли перенасыщение рынка серебром?

Мы отслеживаем тенденции рынка, пользуемся аналитикой, следим за спросом, востребованностью продукта, поэтому не думаем, что на рынке произойдет дисбаланс. Насыщение рынка можно ожидать через полгода. Конечно, если некоторые производители не смогут остановиться вовремя и будут продолжать производить изделия из серебра в количествах больших, нежели требует рынок, то большие товарные остатки, а соответственно, и значительные скидки на них появятся через полтора-два года.

Розничные покупатели перешли в сегмент недорогих золотых украшений, серебро и бижутерию. А как обстоят дела на часовом рынке? Какие часы покупают чаще всего? С чем, на Ваш взгляд, это связано?

Так как ювелирные часы — своеобразный мостик между ювелирными украшениями и часами, ситуация на нашем рынке выглядит примерно так же. Спрос на золотые часы сократился на двадцать пять — тридцать процентов. При этом вырос спрос на серебряные часы на восемьдесят процентов.

Причиной этого стала мировая экономическая ситуация, о которой мы уже говорили ранее. Кроме того, значительная часть покупаемых часов приобретается в подарок. Так как многие потребители перешли на режим экономии, сумма на подарки сократилась. Серебряные часы на сегодняшний день больше отвечают возможностям покупателей.

Ваша компания проводит акцию «Получи часы в подарок», в которой покупатель при совершении покупки от двадцати пяти тысяч рублей получает в подарок серебряные часы, а при покупке часов дороже тридцати пяти тысяч — золотые. Можете ли поделиться сведениями о том, какие покупки совершаются чаще? Что при этом влияет на выбор клиента?

Акцию «Получи часы в подарок» мы запустили совсем недавно, поэтому об итоговых результатах говорить рано. Но поскольку средний чек в наших магазинах всегда составлял пятнадцать— восемнадцать тысяч, сейчас у участников акции большей популярностью пользуются часы в диапазоне двадцать пять — двадцать семь тысяч. Среди ассортиментных предпочтений покупателей можно выделить женские коллекции «Элеганс», «Дефиле», «Олимпия», «Омела II». Это изящные классические часы в золотом корпусе, инкрустированные фианитами. Кроме того, при покупке важен психологический фактор. Поскольку вторые часы, полученные бесплатно, покупатель, как правило, кому-нибудь дарит, его вполне устраивает тот факт, что это качественные оригинальные серебряные, а не золотые часы.

Как нельзя более к столу…

Как и обещали, мы продолжаем «серебряные истории» от генерального директора Торгового Дома «Агат», официального эксклюзивного представителя производственного ювелирно-коммерческого предприятия «Агат» Натальи Петренко.

Для тех, кто не в курсе: предприятие «Агат» основано 17 лет назад в Украине, бережно сохраняет и преумножает лучшие традиции советских ювелиров. Мастера «Агата» — лауреаты многих престижных европейских конкурсов и обладатели статусных наград, они известны сегодня не только в Украине, но и далеко за пределами своего государства.

Приблизительно с XIII века серебро становится самым популярным материалом для изготовления посуды, обойдя даже роскошное золото. Причины понятны: это очень ковкий, пластичный материал, у него приятный белый цвет и, наконец, о «лекарских» способностях волшебного металла люди знали давно.

На протяжении многих веков столовое серебро считалось символом достатка и респектабельности. Императоры и знать России тоже издавна любили украшать свои столы серебром.

Первый серебряный сервиз, состоявший из блюд, тарелок, жаровен, вилок, ножей, в России был изготовлен в 1711 году по именному указу Петра I. Серебряная посуда при нем уже прочно вошла в обиход дворянских семей, и вскоре в Кунсткамере — первом публичном музее России — наряду с экспонатами естественной истории были выставлены кубки, чаши и сервизы из серебра.

Вверху: предметы из сервиза «Царский», ювелирный завод «Агат»

Справа: часть знаменитого «Орловского» сервиза императрицы Екатерины II от серебряных дел мастера Жака-Николя Ротье. 1770 г. Из собрания музея Nissim de Camondo, Париж, Франция

Уже тогда экономическая стабильность Российской империи прямо соотносилась с серебряным имуществом двора. Парадные серебряные сервизы в XIX столетии — обязательная часть приданого в семейном доме Романовых. Во-первых, все имущество дочерей и сыновей императоров было составной частью казны и залогом стабильности при резких колебаниях экономики. Во-вторых, серебряные парадные сервизы относились к движимому имуществу. И если великие князья обладали имуществом в основном в виде дворцов, то княжны — в виде дорогих парадных сервизов: выйдя замуж, они чаще всего уезжали из России, в этих случаях сервизы они увозили с собой в качестве главного (и весьма дорогого!) приданого. Так что русское императорское серебро разошлось по всему свету еще задолго до потрясших страну революций и войн. И очень хорошо! Потому что только благодаря этому мы можем сегодня любоваться работой дизайнеров той поры. Ведь в годы правления Павла I большая часть серебряной посуды была экспроприирована у богатых семей и ушла на переплавку в монеты, так нужные тогда в условиях ведения войны. Так что сервизы, можно сказать, сыграли важную роль в делах государства, во всяком случае, в его экономических делах.

Надо заметить, что серебряная посуда самого различного времени изготовления в XVIII веке использовалась лишь на праздничных пиршествах, в обычное же время она бережно хранилась в кладовых даже в Зимнем дворце. В 1765 году воспитатель Павла I С. А. Порошин оставил в своих записках воспоминания о посещении таких кладовых, особо отметив ценность и древность хранившейся там посуды: «Братины (*ковши, употреблявшиеся в старину для питья вина.* — Ред.) и стопы есть от времен царя Иоанна Васильевича и царя Михаила Федоровича». Но именно в годы правления Екатерины II серебряная посуда стала столь востребована при дворе. Тогда в России именно сервированный стол являлся главным символом стабильности жизненного уклада его хозяев. Не иметь на столе хотя бы серебряного чайного сервиза считалось дурным тоном.

Высший свет хранил тогда в буфетных и кладовых просто тонны серебряных изделий. Граф Орлов, фаворит императрицы, выставлял, например, на приемах сервиз, состоящий из 3274 предметов, на изготовление которого ушло около 2 тонн серебра. За спиной у него шепотом поговаривали, что роскошный сервиз этот был прощальным подарком императрицы.

Приказ императрицы остановил графа Орлова в нескольких сотнях верст от Петербурга и заставил удалиться в свое поместье. В мыслях он все еще мчался на почтовых лошадях. В мыслях в десятый раз проговаривал про себя слова, то умоляя, чтобы ему позволили хоть на одну минуту повидаться с государыней, то грозя ненавистному Потемкину. Но все уже было предопределено. Орлов перечитывал строки письма, силясь понять их смысл. ...Необходимость временной разлуки... В знак забвения прошлого и доказательства своего благорасположения ежегодное содержание в 150 000 рублей... Дом на Троицкой набережной... Вся мебель... Великолепный серебряный сервиз, и еще один — для ежедневного обихода... Эх, судьба-изменщица! Да стоит ли ее корить, стоит ли небо гневить, коли государыня-матушка, само благодушие и кротость, предлагает ему, опальному и повинному, такую сделку? Эх, вывози судьба дальше!

Что ж, серебряная посуда во все времена считалась хорошим подарком. В советское время приобрести комплекты столовых предметов из серебра мог позволить себе не каждый человек, поэтому дарили по большей части разрозненные предметы. Почти в каждой семье и сегодня найдется сточенная по краям серебряная чайная ложка, подаренная когда-то ребенку (сегодня, возможно, уже самому имеющему внуков) «на первый зубик», изящные щипцы для сахара или вилочка для лимона.

Наши контакты:
125040, Москва, Ленинградский пр., д. 8, офис 315
тел. / факс +7 495 961-46-89, факс +7 499 257-02-72
e-mail: info@aurumportal.ru
www.aurumportal.ru, www.agat.com.ua
В Петербурге столовые наборы можно приобрести в интерьер-клубе «Адамант» на Садовой ул., д. 39
тел.: +7 812 310 94 38, 310 71 40

Наталья Петренко

Но времена меняются, в XXI веке посуда из серебра возвращает свои былые позиции, которые утратила в бурные времена строительства коммунизма и перестройки. Сегодня украсить свой стол красивой серебряной посудой — значит сделать его по-настоящему богатым, торжественным, праздничным. Кто-то скептически усмехнется: «Массовка!» И будет не прав. Завод «Агат», к примеру, выпускает эксклюзивную посуду из благородных металлов, не рассчитанную на массовость. За все время было выпущено, например, всего пять наборов серебряных сервизов с использованием золота 585 пробы «Императорский», четыре «Золотая лоза» и семь наборов «Юбилейный», и каждый, между прочим, имел свою отличительную особенность. Все они находятся в частных коллекциях — в России, Великобритании, Нидерландах, во Франции и Канаде.

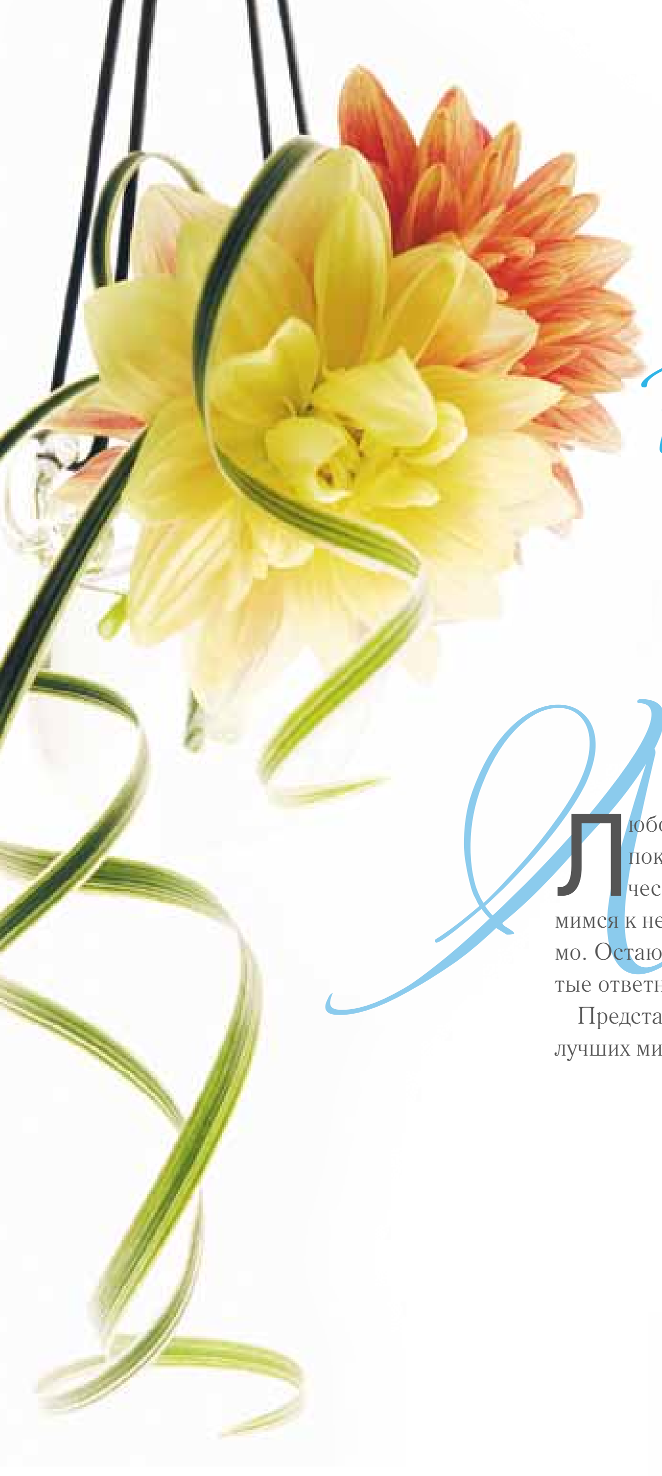
Как мы уже говорили раньше, сегодня любой желающий может сам стать начинателем семейной «серебряной» традиции, в Торговом Доме «Агат» огромный выбор посуды, и сервиз можно собирать постепенно, покупая, когда появится возможность, все новые предметы посуды, изготовленные в одной стилистике. В стилистике, кстати, напоминающей традиционную, ту самую, из знаменитых коллекций времен Екатерины Великой.

Рюмки, фужеры, бокалы, графины, вазы, столовое серебро и многие, многие другие предметы из серии «Царский сервиз» на 90 процентов изготовлены с использованием ручного труда. Стиль этой посуды приближен к знаменитому орловскому сервизу. При желании можно приблизиться к этому историческому образцу и по размаху, если так можно выразиться: из серии «Царский сервиз» сегодня уже можно составить сервировку стола на 12 персон из 308 предметов. И каждый – произведение искусства.

Внизу: многочисленные изделия из собраний столового серебра украшали сокровищницы российских правителей и вельмож. Ваза из серебра и граненого хрусталя знаменитого ювелира Болина – Поставщика Высочайшего Двора. 1896–1908 гг. Из собрания Оружейной Палаты, Кремль, Москва

Вверху: ваза из сервиза «Царский», ювелирный завод «Агат»

ЮВЕЛЭНД®
холдинг
Ювелэнд —
мы работаем
для Вас!
191180, Россия, Санкт-Петербург, наб. реки Фонтанки, 92
Тел.: (812) 713 2378, 764 7392, 764 8956
e-mail: manager@jewelland.ru
www.jewelland.ru



Размышления о любви

Любовь — это единственное, что остается незыблемым во все времена, она покоряет невзирая ни на какие геополитические проблемы или экономические неурядицы. Она всегда неподалеку и всегда чуть впереди, мы стремимся к ней, кажется, настигаем, но удастся ли ее подержать в руках, нам неведомо. Остаются лишь символы, они-то рядом навсегда, бережно хранимые и согретые ответной любовью.

Представляем вам роскошную коллекцию помолвочных и обручальных колец лучших мировых ювелирных домов.

Gucci

Дизайнеры фирмы Gucci предлагают гладкие кольца с мягкими закруглениями, вдохновляющие на уникальные эмоции, сопутствующие влюбленным сердцам

Harry Winston

Каждое украшение от Harry Winston рассказывает историю создания легендарной марки и великолепных драгоценностей, достойных звезд. Кольцо с розовым бриллиантом создано как будто для снежной королевы, оно точно растопит лед в ее сердце

Bvlgari

Не всегда у любви прямой путь, иногда он бывает извилистым и долгим, иногда ярким и ослепляющим, как вспышка и прекрасно, когда этот путь освещен бриллиантовым блеском

МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Van Cleef & Arpels

Великолепные алмазы и мерцающая платина Van Cleef & Arpels, изящные обручальные кольца всегда символизировали прекрасный союз. Свадебная коллекция посвящена радостным моментам в жизни пары: любовная клятва, свадьба и юбилеи празднуются с кольцами, у которых изящные формы и искрящиеся, сияющие камни

Tiffany & Co.

В течение многих лет начиная с середины XIX столетия альянс платины и бриллиантов предлагает компания Tiffany. Подлинная легенда с историческим прошлым о бесчисленных любовных мечтаниях

Mikimoto

Блеск самого красивого жемчуга в мире использует Mikimoto. А пастельные цвета жемчуга, конечно же, это нежность и чистота, благородство и утонченность стиля. Это разноцветные слезы счастья, но добавим к ним немного бриллиантов – и вот уже слез нет

Niessing

Niessing создает современные экспериментальные дизайнерские вещи с 1873. Каждое кольцо – это безупречный стиль и превосходное мастерство. А разработанное уникальное крепление камня еще раз подтвердило: сотрудничество таланта и любви рождает неповторимые образы

Все грани чувств...

Непростое положение, сложившееся сегодня на ювелирном рынке России в силу объективных экономических обстоятельств, заставляет ювелирные компании искать и находить свои пути выхода из ситуации.

Кто-то идет по пути наименьшего сопротивления и просто снижает цены на ювелирные изделия, заполняет рынок дешевыми штампованными изделиями из золота и серебра, пренебрегая дизайном. Такие компании, по сути, просто слегка облагораживают драгоценный металл машинным плетением цепей или отливкой большого количества несложных изделий и снова продают его за грамм веса.

Европейские компании, а также компании России, уважающие традиции ювелирного искусства, предлагают своим партнерам не просто качественный, интересный товар, но и новые услуги, новые методы работы, которые на рынке Европы уже стали стандартом. Прежде всего — это четко продуманная стратегия сопровождения изделий. Таким образом, вы получаете не просто ювелирные украшения, как говорят, «по ценам производителя», вы получаете бренд, товар с именем, узнаваемый стиль. Здесь каждая деталь направлена на совершение покупки конечным потребителем: упаковка, сертификаты, выставочное оборудование, выкладка, рекомендации по ассортименту, маркетинговые исследования — все направлено на то, чтобы покупатель снова и снова возвращался в ювелирные магазины.

Такой формат работы предлагает ООО «Ювелирный Дом «Вена», эксклюзивный представитель австрийского ювелирного завода Palido Juwelen. Ювелирный Дом «Вена» представляет российскому покупателю не просто оригинальную, модную ювелирную продукцию. Компания предлагает европейский подход к ведению ювелирного бизнеса.

Прежде всего — это четко ориентированные на потребителя коллекции ювелирных изделий на любой вкус, возраст и уровень достатка.

GOOIX

Это молодежная коллекция, выполненная из серебра 925 пробы и стали, для «индивидуалистов», живущих в стремительном ритме. Философия этого бренда — проявить себя с помощью ярких, нестандартных, дерзких ювелирных украшений. Кому, как не молодым, сокрушающим устоявшиеся стереотипы, ломающим традиции, бросающим вызов вкусу и мнению старших, это по душе? А это означает лишь одно — постоянно растущий спрос на изделия коллекции.

LIDO

Марка «Lido» осознанно расставляет акценты на модные тенденции и подкупает своим дизайном, позволяющим каждому создать и поддерживать свой уникальный стиль.

Браслеты и колье, входящие в коллекцию, позволяют их хозяйкам самим стать дизайнером, имиджмейкером, а может быть, даже в чем-то соавтором мастера-ювелира, выразить свое настроение в сочетании разнообразных компонентов.

К тому же, приобретая один предмет из этой коллекции, покупатель возвращается к ней снова и снова, собирая собственную коллекцию ювелирных украшений. Секрет «Lido» — тайная страсть человека к коллекционированию. Ведь по-настоящему ценные вещи нужно уметь собирать и хранить.

КОЛЛЕКЦИЯ P.O1

Ключевая коллекция, разработанная дизайнерами Palido Juwelen.

Состоит она из 13 вариантов колец, 11 вариантов подвесок с различными драгоценными камнями в трех вариантах 18-каратного (750) золота.

Уникальность этой коллекции в глазах розничного покупателя — это возможность комбинировать 280 599 (!) различных вариантов колец и подвесок. Поэтому, в отличие от стандартных ювелирных изделий, которые продаются штучно, потребитель, нацеленный на минимальную покупку, все же предпочитает приобрести как можно больше компонентов для создания возможных вариаций — от классических деловых до нарядных вечерних и даже цветов любимого спортивного клуба (что тоже не редкость).

PALIDO

Ювелирные изделия «Palido» — это высокое качество исполнения изделий австрийскими мастерами, великолепный дизайн и безупречный подбор материалов: золото, серебро, платина, бриллианты, рубины, сапфиры, изумруды, жемчуг. Широкий ассортимент изделий, представленных в коллекции, непременно заинтересует покупателя и позволит ему выбрать именно то, что он пожелает.

MY CHOICE

«My Choice» — это самоопределение, о котором сейчас так много говорят. Следуя желанию женщины быть уникальной и единственной, Ювелирный Дом «Вена» представляет коллекцию колец, которые оставляют за ней право выбора.

Каждое кольцо имеет собственное название. Такой подарок позволит без слов выразить то, что она захочет сказать, либо то, что желают сказать ей.

Таким образом, Ювелирный Дом «Вена» предлагает целый набор инструментов, которыми можно оперировать в сложившейся ситуации на рынке России. Все коллекции будут представлены в сентябре на выставке «JUNWEX Москва». Представители компании открыты к взаимовыгодному сотрудничеству и с уверенностью заявляют, что европейский опыт ювелирного дела, перекладываясь на российскую действительность, как никогда, может стать полезным для ювелирных компаний России.

Путь наверх

В сентябре нынешнего года ювелирное производство ОАО «Красцветмет» (ОАО «Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова) отмечает свое пятнадцатилетие. Возраст, конечно, совсем еще юный, по человеческим меркам — почти детский. Но эти полтора десятилетия для коллектива завода стали годами непрерывных творческих поисков и находок, ежедневного самоотверженного труда, упорной работы на качество и результат. Словом, дорогой вверх, к успехам и признанию.
И случилось то, что случилось: за пятнадцать лет производство стало не просто, как шутят, «широко известным в узких кругах», а его имя не только узнаваемым и любимым брендом у покупателей. Красноярцы стали признанными лидерами российского ювелирного рынка.

Начиналось все по классической, еще Петром Великим введенной схеме: красноярские ювелиры прошли обучение основам профессии у лучших мастеров в Италии и начали работу дома (это было в 1994 году) с выпуска серийных изделий из серебра 925 пробы. Спустя полгода представили покупателям первые свои работы из золота 585 пробы. Эти изделия-дебютанты имели успех: сдержанный, неброский дизайн сочетался в них с высоким качеством работы и... разумной ценой.

А уже через два года в продаже появились серийные ювелирные изделия красноярских мастеров из платины 950 пробы. Затем изделия с самородками. В 1998 году в Красноярске появился фирменный магазин завода «Златая цепь», а вскоре и оптово-розничный центр с тем же названием.

С 2000 года Красноярский завод цветных металлов стал уделять особое внимание ювелирному производству и сфере сбыта продукции. Кстати, именно с этого времени и по сей день предприятие возглавляет Игорь Владимирович Тихов. Инвестиционные вложения, направленные в это время на развитие ювелирного производства, позволили увеличить объемы выпускаемой продукции во много раз. За прошедшее время освоен выпуск практически всех видов плетений, ювелирным производством выпускается теперь более 1000 наименований ювелирных изделий.

Тогда же, в 2000 году, ювелиры Красцветмета первыми в России заговорили о том, что и палладию пора стать ювелирным металлом. Тогда многим их коллегам это казалось немыслимым. А сегодня мужская ювелирная коллекция из палладия производства Красцветмета — это уже свершившийся факт, предмет гордости завода, модный тренд, как теперь говорят, признак престижа определенного круга покупателей.

За время, прошедшее с тех пор как заводом были сделаны самые первые шаги, произошло много событий, которыми сегодня он по праву гордится. Например, цепи из золота 585 пробы и платины 950 пробы стали дипломантами, а цепи из палладия 850 пробы — лауреатами программы «100 лучших товаров России». Или еще: налажено производство «вечных» серебряных украшений («вечность» мастерами из Красноярска достигнута путем нанесения на поверхность изделий гальваническим способом тончайшего слоя родия).

Следующая заметная веха в жизни завода — налажен выпуск изделий с драгоценными камнями, в том числе и с бриллиантами. Сегодня платиновые украшения с бриллиантами называют визитной карточкой завода, их особенно любят и ценят покупатели, в том числе и оптовые.

Надо сказать, что все, даже авангардные, даже самые необычные и экстравагантные изделия выполняются здесь в соответствии с самыми строгими стандартами качества. Это непреложный закон работы коллектива. Да-да, на предприятии разработана и внедрена система международного менеджмента качества в соответствии с ISO 9001:2000. И когда украшения, созданные красноярскими мастерами, удостаиваются наград на ведущих ювелирных российских и международных выставках, то это в первую очередь признание стандарта качества и только потом — всех прочих достоинств изделия: интересных дизайнерских находок, безупречного воплощения художественной мысли и так далее. А в числе ювелирных побед Красцветмета дипломы выставок «JUNWEX», «Новый Русский Стиль», «Золотое кольцо России», «Ювелир» и дипломы многих других выставок.

В 2008 году ОАО «Красцветмет» наградили еще и дипломом «Лидер отрасли по объему производства ювелирных украшений из золота». Предприятие и сегодня занимает почетное 2-е место в стране по объему выпуска ювелирных изделий.

Редакция журнала «Русский Ювелир» сердечно поздравляет коллектив ОАО «Красцветмет» со славной датой и желает ему новых успехов, новых побед, новых признаний лидерства и... сохранения старых принципов их работы, работы на совесть, работы высшей пробы!

Дизайнер Xu Li Ping, Китай

Дизайнер Pochet Chaiprasit, Таиланд

Дизайнер Tomash Plodovski, Польша

Дизайнер Isabelle Lopes

Marco Marchese, Бразилия

Дизайнер Isabelle Lopes

Oversized Games

Мы продолжаем знакомить вас с тенденциями Gem Visions 2010.

Тенденция Oversized Games (Большие игры), с театрализованной стилизацией природы, с экстравагантными скульптурными формами соединяет в себе мощную архитектурную энергию со сверхъестественной романтичностью. Oversized Games уверенно и дерзко играет с объемами и пропорциями, с цветом и светом, выражая оптимизм эры президента Обамы и новую атмосферу динамичного минимал-модернизма, в которую вливаются культурные элементы и новейшие технологии. Потребители, внимательные к дизайну, выбирают эти неоматериалистические ювелирные украшения, для того чтобы подчеркнуть индивидуальное своеобразие. Цвета соответствуют урбанистической природе: шокирующие, кислотные; холодные нейтральные оттенки бетона освещаются вспышками сверкающих тонов, новыми синими и травяными зелеными оттенками. К особенностям технологий и материалов относятся:окрашенный титан, резные драгоценные камни, новая керамика, огромные обломки минералов, лазерная резка и огранка металлов. Roberto Marroni украшает массивные кольца органичной формы интенсивно окрашенными камнями ENLIGHTENED™ — Swarovski Elements — подлинным розовым сапфиром и спессартином, оживляемыми алмазами. Бразильский дизайнер Marco Marchese создал для фирмы Art'Orafo броское кольцо для коктейлей, в котором зеленый халцедон вставлен в массивную золотую оправу, пронизанную сеткой подлинной черной шпинели ENLIGHTENED™ — Swarovski Elements.

Дизайнер Tusheeta Elizabeth David

Дизайнер Roberto Marroni, Италия

False Nudity

Дизайн компании Rosy Blue, ОАЭ

False Nudity (ложная нагота), с бледной движущейся завесой красоты, с успокаивающей философией less-is-more (меньше — значит больше), с роскошью «дзен» обогащена намеком на тайну и скрытые сокровища. Текучий, сверхлегкий, воздушный дизайн выражает совершенную чистоту, с которой контрастирует сложная совокупность захватывающих мельчайших деталей. Много перламутра, а также массивного рельефного золота и прозрачных прослоек. Этот «неторопливый» дизайн, подкрепленный современным художественным исполнением, ориентирован на нешаблонное поколение no-logo (без логотипа). Кисло-сладкая гамма вуалевых и молочных пастельных тонов: бледные оливково-зеленые и сладкие сахарно-миндальные, перемежающиеся с оранжевым, розовым и бирюзовым. Демонстрируя стиль False Nudity, Swarovski создал «Кольцо герани» (Geranium Ring), вставив белый камень диоксида циркония кубической модификации в кристалл Swarovski, органичная форма которого обрамлена слоями подлинного родолита (Rhodolite) ENLIGHTENED™ — Swarovski Elements и подчеркнута эмалью. Silvania из Бразилии представляет волшебные удлиненные серьги с незамкнутыми кольцевыми подвесками органичной формы и с гаммой ENLIGHTENED™ — Swarovski Elements — Genuine Pink Sapphire (Подлинный розовый сапфир), Passion Topaz (Топаз страсти), Infinite Blue (Голубая бесконечность) и Complexion (Цвет лица).

Дизайнер Lesley Vik Waddell, Великобритания

Дизайнер Valli Krishnana, Индия

Дизайн Silvana, Бразилия

Дизайнер Aki Sakasegawa, Япония

Дизайнер Kiyoko Hosoda

Дизайнер Pallavi D. Foley, Индия

Дизайнер Nathalie Colin, Франция

Дизайн компании Carrera y Carrera, Испания

Дизайнер Charnchai Duangrawa, Таиланд

FIERA DI VICENZA 2010
BUSINESS MEETS LUXURY
GOLD / JEWELRY / SILVERWARE / WATCHES / GEMSTONES

VICENZAORO First.	VICENZAORO Charm	VICENZAORO Choice
T-GOLD	GLAMROOM	GLAMROOM
January 16-21, 2010	May 22-26, 2010	September 11-15, 2010

International exhibitions of gold, jewelry, silverware, watches and gemstones.

T-GOLD:
International exhibition of machines and equipment for gold jewelry and precious metals.
Gemmological instruments.

www.vicenzaoro.org

FIERA DI VICENZA

Banca Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

HANGAR DESIGN GROUP

реклама

Краски ушедшего лета

Brumani

Viana

Не смотрите на календари! Не спорьте с их точностью — сколько прошло, сколько осталось. Они, конечно, правы, но ничего не понимают, поверьте. Посмотрите лучше вокруг — лето!

Brumani

Forum Romano

Viana

Forum Romano

Viana

Viana

Деревья без проседи, трава под ногами яркая, по синей небесной реке быстро уплывают белоснежные перья, не успеваешь их взглядом поймать. Отведешь глаза в сторону — непременно встретишь огромные распахнутые немигающие глаза цветов. Лето. Тепло его красок непременно спасет и выручит душу, когда она вдруг озябнет в черно-белое время года.

Brumani

Лиза Епифанова

Золото со стрелками

Уж если приличные часы, то золотые. Это правило было практически непреложным в нашей стране, и только совсем недавно восприятие начало меняться в сторону ценности часовой марки как таковой. Сейчас же рынок золотых часов пострадал больше всех, поскольку принял двойной удар за себя и за того парня — и за часы, и за ювелирное изделие.

САМЫЙ РУССКИЙ БРЕНД

Феномен истории золотых часов в России в том, что, как ни крути, это всегда была очень успешная и востребованная область, которую не смогли свалить ни развал экономики, ни смена правящих режимов, ни последующие кризисы. Даже когда стремительно богатеющее население открыло для себя швейцарские часы, с чего началась эта экспансия? Правильно, с пресловутого «золотого ролика» и золотого, как ни странно, Tissot. Последняя компания, между прочим, не случайно самая успешная швейцарская массовая марка в мире — помимо всего, Tissot еще является лидером в производстве золотых часов, выпуская их в два раза больше, чем Longines и Omega вместе взятые. Да, конечно, это то еще золото, 14-каратное, наше любимое, и главными рынками сбыта золотых часов Tissot не случайно являются Россия и Китай — там, где население поголовно любит 585-ю пробу, прямую наследницу советской 583-й.

Не надо забывать, что все модные тренды, которыми пестрели страницы журналов последних лет: 18-каратное золото (европейское 5-каратное «для бедных» на наших суглинках так и не прижилось), всевозможные редкоземельные элементы, карбон и каучук и, конечно же, еретическая сталь с бриллиантами — медленно-медленно начали проникать на российский рынок только в конце 1990-х, и разделяет эти взгляды честно и от души всего лишь небольшой процент населения.

Для типичного же потребитеби, идущего в рост по карьерной лестнице, мерилом успеха оставалась шкала «от отечественных золотых часов до золотой Omega», а там уже как повезет. То есть в данном случае понятие «бренд» как единица ценности не закладывалась в основание пирамиды, но подключалась на достаточно раннем этапе. А именно — сразу в момент перехода от российского к швейцарскому, поскольку ни один российский производитель золотых часов, каким бы успехом он ни пользовался, как бы прекрасно ни разлетались по необъятной России его массивные золотые «шайбы» с отечественными или даже швейцарскими механизмами, так и не смог приучить своего клиента к лояльности. Как грустно заметил один из директоров завода золотых часов, вынужденного еще в конце прошлого года сократить половину персонала: «Время для солидной марки российских золотых часов еще не наступило. Плевать покупателю на бренд. Для него золото — вот это и есть бренд».

ДВА МИРА, ДВЕ СИСТЕМЫ

Действительно, с начала кризиса очень много говорилось о том, почему часовая индустрия, больше ориентированная на брендовую продукцию, оказалась более гибкой, чем ювелирная, в которой покупатели из пяти похожих, как сестры, колец, естественно, стали выбирать то, что подешевле. Но ведь и в часах, как оказалось, интерес к имени просыпается, только начиная с определенного, довольно высокого ценового сегмента: именно поэтому так резко пошли вниз продажи фэшн-часов, причем именно тех марок, стоимость которых (за одно только имя и дизайн) покупатели сочли явно завышенной.

То есть даже в часах наиболее важной ценностью, о чем уже шла речь выше, оказывается все-таки не имя, а материал. Именно поэтому, например, в России всегда с трудом продавались золотые часы на ремешках из крокодиловой кожи, зато с блеском разлетались модели типа Constellation от Omega или Nautilus от Patek Philippe, в которых в самой конструкции был заложен металлический браслет. Уж если золотые часы, то и браслет в них должен быть золотой! Исключение составляла опять же Tissot, у которой лучше продавались часы именно на ремешках, потому что стоили в два раза дешевле, чем модели на браслетах. Но тут уже как раз играл роль тонкий переход от российского к швейцарскому: имя на циферблате в данном случае не добавляло цену, а добавляло престижа при весьма умеренных вложениях. Искусство, которое так и не успели освоить российские производители. Поэтому можно только восхититься динамикой развития послекризисного золотого производства. Если швейцарские марки усилили обаяние имени, то российские изменили материал. То есть поступили как стопроцентные ювелирные производители, перейдя с золота на доступное, но вполне себе драгоценное серебро. За первые шесть месяцев 2009 года выпуск часов в корпусе из серебра у ком-

пании «Ника» — российского производителя ювелирных часов — увеличился вдвое. И руководители «Ники» связывают с серебром свое антикризисное будущее, украшая дамские часы разноцветными полудрагоценными камушками, а мужские модели делая уж совсем строгими и классическими, чтобы выглядели представительно.

В то же время один из лидеров продаж на рынке швейцарских часов нижне-среднего ценового сегмента — это марка Charmex, раньше выступавшая очень скромно. Нет, она вообще не выпускает модели в золотом корпусе, только IPG. Иначе речь бы не шла о swiss made до тысячи долларов. Зато Charmex работает по контракту с Ассоциацией швейцарских банков и выпускает специальную, ничем не лимитированную серию часов, где на циферблате помещена пластина из чистого золота весом, правда, всего 1 мг. Но кого это беспокоит, если на пластине четко выгравировано: Credit Suisse и Real Gold. Затрат на один миллиграмм, но ходить с такими часами — все равно что ходить со слитком золота на руке, что свидетельствует о том, что иллюзия по-прежнему продолжает побеждать реальность. Начертанное слово «золото» важнее реального золота.

НЕОЖИДАННЫЕ КОНКУРЕНТЫ

Кстати, о слитках. Рынок чутко учитывает изменившийся потребительский спрос. Покупатель или ушел в нижнюю ценовую зону, или, рассматривая золото в качестве инвестиционного инструмента, стал вместо колец и часов покупать золотые слитки, монеты или «тяжелые» по цене украшения с имеющими высокую залоговую стоимость камнями.

Если еще в прошлом году доля роскошного рынка составляла 1,5% в России и продолжала неуклонно расти, а 18% населения (по данным компании «Комкон») были готовы регулярно приобретать изделия стоимостью 200—500 долларов, то сегодня людей даже страшно спрашивать, а не собираются ли они в ближайшее время приобрести себе золотые часы.

Хотя почему бы и нет, раз на новую машину все равно не хватает. И в этом отношении у производителей и дилеров золотых часов сейчас, причем как отечественных, так и швейцарских, появляется серьезный конкурент — комиссионные магазины. Потому что волна кризиса в первую очередь смыла тех покупателей, которые приобретали часы «не по статусу», слишком дорогие для себя, причем чаще всего именно из драгоценных металлов. И сейчас эти часы стали первым, что люди понесли в комиссионки и ломбарды, причем владельцы этих заведений прекрасно понимают, насколько выгодную сделку они совершают. Если раньше в ломбард за приличную стоимость можно было заложить часы только очень престижной швейцарской марки со всеми документами и в идеальном состоянии, а остальные модели принимались просто на вес золота (вот где годились часы на браслете), то сейчас, посетив Интернет, форумы или просто пройдясь по комиссионкам, можно встретить завораживающие предложения, от которых трудно отказаться. А продажи на вторичном рынке, если это не престижный аукцион типа Sotheby's, — это хорошо для покупателя, но одинаково плохо и для производителя, и для его дистрибьюторов.

Снижаются объемы производства, поставок, нет средств на рекламу. И как, скажите, заставить человека приобрести новенькие золотые часы, если его всю жизнь учили, что золото не стареет?

И если российские производители золотых часов, никогда особо себя часовыми производителями не считавшие, так честно и переживают все трудности с ювелирной отраслью, и выходы ищут вполне «ювелирные», то как сложится судьба швейцарских часов из драгоценных металлов? Что их вытянет: имя или материал?

Комментарий специалиста
Денис Гнатовский, директор по маркетингу ТД «Ника»

Для того чтобы продукт стал успешным и востребованным на рынке, необходимо стремиться к оптимальному сочетанию: поддерживать высокое качество продукта и развивать бренд. Опираться только на одну из этих составляющих — значит упускать огромные возможности для развития. Особенно это правило актуально в развитых мегаполисах, где человек при совершении покупки предпочитает ориентироваться не столько на качество материалов, сколько на известность бренда. У любого товара есть эмоциональные и рациональные характеристики. На сегодняшний день компания «Ника» может похвастаться рациональными характеристиками, что тоже неплохо. Мы достигли высокого уровня в технологиях, отличаемся прекрасным дизайном, надежными механизмами, широким ассортиментом. Наши часы из драгоценных материалов завоевали множество профессиональных наград. Следующий этап для нас — превращение торговой марки «Ника» в известный торговый бренд. Такую политику диктует рынок: чтобы люди не переключались на другие торговые марки, мы должны быть отличными от других производителей, должны подарить потребителю определенные эмоции, образ жизни, с которым он бы смог себя идентифицировать. Такой путь развития оптимален для любой часовой или ювелирной компании не только в России, но и за рубежом.

11-я международная
специализированная выставка

МОСКОВСКИЙ
часовой салон

МОСКОВСКИЙ
часовой салон
MOSCOW
watch salon

Новые возможности вашего бизнеса!

7–10 октября 2009 г.

Москва, Центр Международной Торговли

реклама

РОСИНЭКС
РОССИЙСКИЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ
Тел.: (495) 602-6401/ 02
e-mail:watch@rosinex.ru
www.rosinex.ru

Хит-парад от «НИКИ»

Каждая из компаний старается добиться максимальной известности в каком-либо одном, коронном для нее, направлении. Часы компании «Ника» уже давно славятся сочетанием дорогих материалов и интересного дизайна. В наступающем сезоне дизайнеры известной марки решили порадовать своих покупателей и выпустили несколько новых коллекций, в основу которых лег элегантный деловой стиль. Увидеть и приобрести новые модели вы сможете в фирменных магазинах «Ника» или в интернет-магазине www.nikawatshes.ru.

Мощность. Роскошь. Исключительность. Коллекция «Триумф» объединяет в себе стремление к превосходству и легкую сдержанность. Такие часы — отличный аксессуар для деловых мужчин, отличающихся цельностью натуры и высоким профессионализмом. Минимальное количество декоративных элементов, эргономичный корпус, повторяющий линию запястья, дорогие материалы — разве не так должны выглядеть часы успешного мужчины?

Вызывающе роскошные и аскетично строгие, экстравагантные и сдержанные — механические часы коллекции «Престиж» будут притягивать взгляды не только на деловых переговорах, но и принимать комплименты на светских раутах. Корпус часов изготовлен из различных комбинаций розового, белого и желтого золота 585 пробы, женская модель инкрустирована 120 бриллиантами.

Визитная карточка коллекции «Лунник» — оригинальность и даже некий эпатаж, создающийся за счет присутствия на циферблате индикатора лунной фазы. Кроме того, часы оснащены двумя дополнительными циферблатами, фиксирующими дату и день недели. Эта модель подойдет натурам, планирующим свою деятельность согласно расположению небесных светил, а также любительницам активного образа жизни.

Идеальный баланс роскоши и универсальности, строгий, но впечатляющий дизайн — новая модель хронографа коллекции «Априори» придется по вкусу мужчинам, привыкшим выделяться из толпы. Корпус выполнен из золота 585 пробы, ремешок из натуральной кожи, швейцарский механизм Ronda.

«Гармония» — женская коллекция, идеально соответствующая не только последним модным тенденциям, но и жестким требованиям дресс-кода. Эти часы как будто являются воплощением нашего динамичного фешн-века. Красное и белое золото, инкрустация бриллиантами или фианитами — несомненно, часы привлекут внимание дам, ценящих настоящую изысканность и выдержанность стиля.

Виктория Михальченко

Мода на природу

В этот сложный финансовый год предпочтения постоянных покупателей ювелирных украшений заметно изменились. Однако нисколько не убавились, а напротив — в роли фаворитов впервые дебютировали природные непрозрачные и другие поделочные камни, органично дополнив ряд драгоценных «мэтров».

Roberto Bravo

Главный акцент ювелирной моды 2009 года — безусловно, цвет драгоценных камней. В новых коллекциях собраны самые яркие краски ювелирной палитры: цветные сапфиры, изумруды, рубины, топазы, гранаты, аметисты, хризолиты. На пике ювелирной моды и украшения с цветными бриллиантами. При этом популярными остаются сочетания белого золота с черными бриллиантами и розового — с коричневыми. Как никогда актуальны опалы, красная шпинель, мандариновый гранат, турмалин. Настоящие открытия сезона — цветной жемчуг золотистого и шоколадного оттенков.

Цветовые новинки этого года — сочный коралловый, неоновый желтый, насыщенно-бирюзовый, бессменным остается классический ультрамариновый цвет. Покупатели сегодня отдают предпочтение камням с природным происхождением окраски, поэтому все чаще выбирают более доступные непрозрачные, так называемые «поделочные» камни: бирюзу, чароит, малахит, лазурит. Популярны комбинации ярких цветов — оранжевого и черного, розового и коричневого, бирюзового и лилового, пурпурного и синего.

В целом, дизайн ювелирных изделий по сравнению с предыдущим сезоном стал более броским, формы крупнее и выразительнее, колорит — глубже и насыщеннее.

Если мы будем продолжать так же небрежно относиться к природе, то делающие наш мир краше: захватывающий дух запах цветов, пропетые в песнях лилии, символ любви — красные розы, удивительная красота тюльпанов, нежные и хрупкие орхидеи, ночами успокаивающие душу лотосы... Приносящие мед пчелы; разноцветные бабочки, светлячки, стрекозы, птицы — исчезнут вмиг, и будущее поколение увидит все это лишь на старых картинах и в ювелирных украшениях. Так давайте же будем бережно относиться к природе и препятствовать всемирному потеплению планеты.

БИРЮЗА

Классическое сочетание — бирюза в серебре — сегодня легко заменяется более смелыми решениями. Этот непрозрачный камень прекрасно смотрится в платине и может успешно сочетаться с сапфирами и морским жемчугом.

Цвет бирюзы — от блекло-голубого до яркого небесно-голубого, почти синего; от желтовато-зеленоватого до почти зеленого. Окраска зависит от соотношения примесей меди и железа: если меди больше, камень окрашен в голубой или синий цвет. Бирюза часто включает частицы минералов других цветов (чаще черного — псиломелан и бурого — лимонит). Иногда эти включения наблюдаются в виде многочисленных жилок, составляя «матрицу».

Не стоит забывать, что этот камень имеет очень деликатную окраску. При нагревании до 250 голубой цвет переходит в блекло-зеленый, серьезно теряя в стоимости. А при контакте с прямым солнечным светом, потом или маслами на поверхности бирюзы могут появиться желтоватые пятна.

Лучшие образцы поступают с северо-востока Ирана (близ Нишапура добывается знаменитая «персидская бирюза») и с юго-запада США.

Бирюзу сегодня активно синтезируют, а из природных аналогов хит нынешнего сезона легко спутать с хризоколлой, обладающей значительно меньшей твердостью.

ЦВЕТНОЙ ЖЕМЧУГ

На пике популярности — фантастической красоты шедевры таитянского культивированного жемчуга. Его поразительная палитра включает образцы от белого и лунного серого с градациями синего, розового, золотого и фиолетового тонов до красновато-коричневого и черного с зелеными отражениями.

Таитянский жемчуг производится черными устрицами Pinctada margaritifera, обитающими вокруг Таити, островов Французской Полинезии и Окинавы. Жемчужины являются уникальными благодаря своим природным темным цветам. Размер их довольно крупный, примерно 8–15 мм, а формы могут быть разнообразными — от традиционных округлых до причудливых барочных. Поэтому их можно использовать практически во всех стилях — от классики до авангарда.

Изделия с жемчугом подходят под любое настроение. Считается, что зеленый жемчуг создает ощущение богатства и свежести, а темно-лиловый рождает чувство благородства. Жемчуг цвета лаванды — тонкий и романтичный, красно-коричневый — более активный и жаркий. Сочетая эмоции, можно также легко сочетать цвета жемчужин в изделии, их формы и даже комбинировать морской и речной жемчуг. Дизайнеры сегодня уверено идут вперед, а значит, эксперименты только начинаются!

Roberto Bravo

КОРАЛЛ

Особое место в коллекциях нынешнего сезона занимают изделия из белых металлов в сочетании с кораллами. Такие украшения идеально подходят для торжественных мероприятий.

Ювелирный коралл — это наружный скелет морских беспозвоночных животных (полипов), состоящий из карбоната кальция с примесью кератина. К благородным разновидностям относят окрашенные в розовый (до яркого лососевого), красный, оранжевый, розовато-бурый цвет, а также голубые и черные кораллы (акабар). Окраска зависит от примесей, захваченных при росте.

Наиболее ценными являются красные, черные и розовые (цвета «кожа ангела») кораллы. Новым в ювелирном деле является золотистый коралл, обнаруженный впервые в водах Гавайских островов в 1973 году, а позднее и на Филиппинах. Основная его масса имеет кремовый цвет и отливает золотом.

Коралл намного мягче, чем любое другое ювелирное сырье, его твердость составляет всего 3,5. Коралл легко подвержен химическому разрушению. Он пористый, чистить его следует только при помощи мягких материалов. Кораллы чувствительны к высокой температуре, кислотам и горячим ваннам, со временем они могут выцветать и бледнеть. Что касается имитаций кораллов, то сегодня практически повсеместно используются гипс, стекло и пластмассы.

Большая часть кораллового материала поступает на мировой рынок из Средиземного моря, Японии и Тайваня (Тихий океан).

ГОРНЫЙ ХРУСТАЛЬ

Горный хрусталь в ювелирном украшении создает уникальный эффект чистой воды, а на контрасте с другими драгоценными камнями подчеркивает глу-

Голконда

бину их цвета. Недаром древние греки и римляне считали его окаменевшим льдом (в переводе с греческого krystallos — лед).

Это бесцветный прозрачный кварц. В природе встречаются настолько чистые, прозрачные и блестящие кристаллы горного хрусталя, что нередко их называют «алмазами», прибавляя название местонахождения: «бристольские», «корнуэльские», «рейнские», «валлум-алмазы» или «мари-алмазы». При всей своей природной уникальности ограненные и отшлифованные камни из абсолютно прозрачного горного хрусталя, увы, полностью лишены игры цвета, присущей бриллиантам. Кроме того, они уступают алмазам в твердости.

Однако включения, которые встречаются у горного хрусталя, нередко делают камень ценнее и дороже. Темные окислы железа и марганца могут создавать в его кристаллах удивительные пейзажи и причудливые узоры. А игольчатые включения рутила, словно тончайшие стрелы, «пронзают» камень. Отсюда и название — «стрелы Амура» или «волосы Венеры», «волосатик».

Обычно горный хрусталь оправляют в серебро, но в сочетании с другими самоцветами он прекрасно будет смотреться в белом или розовом золоте. Украшения с вставками больше всего подходят к вечернему туалету, а нитка из граненых или гладких бус — к любому наряду.

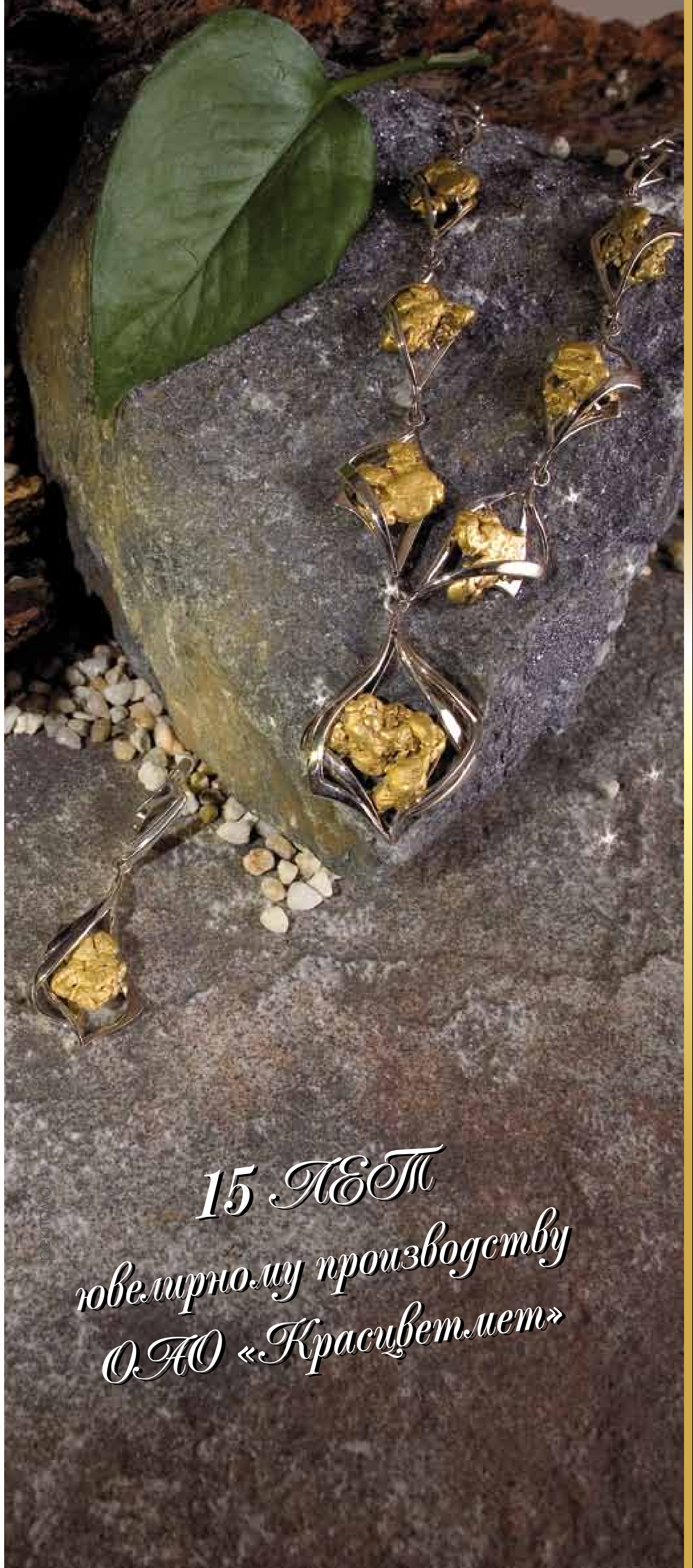
ХРИЗОПРАЗ

Прохладный зеленовато-голубой цвет хризопраза стал одним из оттенков яркой драгоценной палитры в этом году. Обновленная сила зеленого цвета возродилась теперь в поделочных полупрозрачных камнях.

Хризопраз — традиционно самая ценная разновидность халцедона, ровно окрашенная никелем в яркий зеленый цвет: от темного изумрудного до яблочно-зеленого. Бывает, что в хризопразе встречаются включения в виде черных и коричневых пятен, тогда камень становится похожим на нефрит. Иногда хризопраз называют «австралийским жадом» и очень часто его принимают за настоящий жадеит.

Благодаря широкому спектру оттенков, равномерной и однородной окраске, а также хорошей способности принимать полировку хризопраз очень популярен у ювелиров. Он хорошо сочетается с другими камнями. Наиболее яркие и прозрачные камни нередко обрамляют мелкими бриллиантами.

Обрабатывают хризопраз в виде кабошонов, чаще уплощенной формы. Некоторые почти прозрачные камни гранят изумрудной огранкой, причем камень бывает похож на изумруд.



КРАСЦВЕТМЕТ

Открытое акционерное общество «Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова» Российская Федерация, 660027, г. Красноярск Транспортный проезд, дом 1 Тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63, факс (391) 262-94-80 E-mail: orc@knfmp.ru www.krastsvetmet.ru

ДИЛЕРЫ:

Москва
ООО «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел. (495) 744-03-07
ООО «Русская платиновая компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56
Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры северной столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07
www.uss-spb.ru
Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел.: (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95
Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66
Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений Климентьевич
тел.: (4212) 45-40-75, 76-44-06
Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (391) 222-14-66, 211-02-09, 222-14-68, 211-02-10
Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 21-77-74, 21-88-18
Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел.: (4942) 31-89-81, 37-17-22
Ростов-на-Дону
ООО «Дондрагмет»
тел. (86354) 5-10-12
Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел. (8442) 489-522
Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82, 52-89-48

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ:

Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66, 206-36-67
Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526
Республика Казахстан
ТОО «Ювелирная компания «Алтын Уй»
тел.: (727) 271-91-87, 258-22-80

Crystalit® Corporation
ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА
СЕРВИС

8 (800) 200 22 28
бесплатный звонок по России

111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, д. 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, д. 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

AUTHORIZED DISTRIBUTOR
ENLIGHT
SWAROVSKI ELEMENTS

Основная масса хризопраза поступает на мировой рынок в настоящее время из Австралии. Другие крупные месторождения известны в Бразилии, Индии и на Мадагаскаре.

ЛУННЫЙ КАМЕНЬ

Самый загадочный и романтичный представитель модных фаворитов этого года. Лунный камень, или жемчужный шпат, — это голубовато-белая разновидность полевого шпата — адуляра, получившая свое название за характерный шелковистый нежно-сиреневый «лунный» отлив. Эффект адуляресценции — необычной игры света — обусловлен ирризацией, возникающей в результате прорастания двух полевых шпатов с разными показателями преломления.

Цвет лунного камня может варьироваться от бесцветного до серого, коричневого, желтого, зеленого или розового. Индийские образцы имеют волнообразную игру света на основном коричневатом, оранжевом и бежевом тонах. Особенно ценятся камни с голубоватым отливом (чаще ланкийские экземпляры), прозрачные, имеющие минимум внутренних трещин и замутнений.

Необработанные лунные камни обычно невзрачные, а их мерцание почти неразличимо, и только благодаря искусству шлифовки — чаще в форме кабошона — становится видимым. Некоторые камни наряду с типичным мерцанием имеют эффект кошачьего глаза или четырехлучевую звезду — такие образцы прекрасно подходят для обработки в виде камей. Утраченный при ношении лунных камней блеск можно легко восстановить повторной шлифовкой и полировкой. Однако ввиду относительно малой твердости обрабатывать их следует крайне осторожно.

Классические, с синеватым мерцанием и почти прозрачные лунные камни традиционно добываются в Шри-Ланке. Кроме того, они встречаются в США, Бразилии, Австралии, Мьянме и на Мадагаскаре.

Голконда

СТИЛЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ 2009

• Настоящим прорывом этого сезона вновь стали драгоценные «цветы». Они могут быть как совсем минималистичными, так и невероятно экстравагантными. Ювелирные камни, которые наилучшим образом впишутся в концепцию ювелирной флористики, должны быть достаточно чистыми и прозрачными, с идеальной огранкой, отражающей как можно больше света, и огромным разнообразием оттенков. Самые интересные решения — микс из бриллиантов всех цветов. В качестве альтернативы можно подобрать радугу турмалинов или цветных сапфиров.

• «Змеиные» браслеты, кольца с пантерами и драконами, яркие броши в виде бабочек или стрекоз, забавные подвески с лягушками, черепахами и жуками-скарабеями сегодня необычайно актуальны. И если пару лет назад для такого «энтомологического» эксперимента достаточно было обозначить камнями узнаваемый силуэт, то сегодня ювелиры идут дальше: гораздо интереснее постигать азы ювелирной «анатомии», создавая настоящий биоарт.

• Особенно актуальны эко-тренды: начиная от ювелирных украшений зеленого цвета, заканчивая изделиями из органических и экологически чистых материалов. При этом особое внимание уделяется этическому аспекту, который предполагает сертификацию особо дорогостоящих камней, гарантирующую легальную добычу самоцвета без ущерба для окружающей среды и без использования детского труда.

• Этнические украшения продолжают завоевывать главенствующие позиции: яркие цвета и натуральная текстура — неотъемлемые атрибуты индийских, африканских и японских мотивов. Подвески-тотемы, талисманы, резные орнаменты, фигурки из дерева и другие подобные формы позволяют ювелирам смело работать с такими камнями, как малахит, сердолик и тигровый глаз.

Ирина Михеева

Они приходят дружить…

Мы продолжаем серию публикаций бизнес-консультанта Международного Бизнес-Центра «6 карат», специалиста по развитию человеческих ресурсов Ирины Михеевой.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Крайне поучительная и показательная для нынешнего времени история произошла со мной совсем недавно в компании NN. На работу вышла новая сотрудница — директор розничной точки. Как принято в компании, на время стажировки я помогла организовать ей рабочее место, на этот раз в отделе закупок — мол, все практически в одном кабинете, познакомишься со всеми, заодно все правила и принципы работы компании узнаешь. После нескольких дней работы она вдруг настойчиво потребовала: «Пересади меня в другое место». На вопрос, в связи с чем, долго тянула с ответом, смущалась, а потом как выплеснула: «Ну не могу я так! Я прихожу на работу РАБОТАТЬ, а они приходят ДРУЖИТЬ!»

Оказалось, что примерно 30% рабочего времени закупщиков были посвящены производственным задачам, а 70 — бурной личной жизни. Анекдоты, чаепития, перекуры, разговоры «о своем, о девичьем». Сотрудники мужского пола, которым «девочкины разговоры» не особо интересны, в свободное от работы время проводили в Интернете, постепенно становясь самыми активными и узнаваемыми в Сообществе блоггерами.

«Короче, там половину надо выгнать!» — новый директор уже уверенно предлагала план реорганизации отдела закупок. На мое неубедительное «Ну, мы работаем над этим...» — она отрезала: «Плохо работаете!» Мне стало не по себе. Я-то ведь знала, что у меня в столе лежит заявка на еще одного нового сотрудника отдела закупок — пару дней назад руководитель отдела с квадратными глазами и пеной у рта доказывал его необходимость: «У меня народ зашивается! Вы же сами видите — они позже всех с работы уходят!!!» Ну еще бы! Теперь понимаю почему: Всемирная паутина затягивает.

Выводов из этой истории было три:

1. «Работы должно хватать на всех и еще немного оставаться — чтобы сотрудник был всегда в тонусе». Из этого вывода большими красными буквами сама собой высветилась задача — ОПТИМИЗАЦИЯ ЧИСЛЕННОСТИ.

2. «Сотрудник должен хотеть выполнять свою работу. Это для него должно стать физиологической потребностью». Самомотивирующихся личностей единицы. Остальных нужно целенаправленно и постоянно ставить в ситуацию, когда не работать невыгодно. И для этого нужна грамотно построенная СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА. И тоже большими красными буквами, что значит «крайне срочная и крайне важная». Потому что надежда на сознательность сотрудников и их готовность к эффективной работе на благо нашей компании таяла у меня со скоростью звука, доносившегося от нового директора розничного магазина.

3. «Руководитель должен отвечать за эффективность и рентабельность своего подразделения». Мотивация топ-менеджера — отдельная работа, тонкая, практически ювелирная.

Оптимизация — задача довольно простая. Прежде всего нужно понять, что делает каждый сотрудник и сколько ему на это нужно времени. Есть ряд технологий, которые позволяют это сделать: описание бизнес-процессов, создание должностных инструкций, хронометраж рабочего времени. Все эти инструменты — не самодостаточные, а взаимодополняющие.

Хронометраж — методика по идее своей очень правильная. В подразделение (в кабинет, на склад, в магазин) подсаживается специальный человек, который в течение дня по минутам фиксирует занятость сотрудника: сколько времени и на что потрачено. В итоге появляется подробное расписание рабочего дня контролируемого сотрудника, например:

- 9.00: звонок клиенту с целью назначения встречи (5 мин);
- 9.05: формирование заказа на отгрузку (15 мин);
- 9.20: звонок на склад для прояснения наличия товара (10 мин);
- 9.30: личный звонок другу/мужу/маме/сестре (40 мин);
- и т. д.

Из такого графика очень четко видны производительные и непроизводительные затраты времени. Однако есть существенные «но»:

1. Эту процедуру необходимо провести от 3 до 7 раз по каждому сотруднику, чтобы понять реальную ситуацию: день на день не приходится, поэтому один-единственный хронометраж не даст полноценного видения.

2. Хронометрист должен быть человеком независимым (т. е. не из своих, а со стороны), честным и не поддаваться на провокации: «Слушай, давай я тебе сам все распишу, а ты иди погуляй, вот тебе шоколадка». В моей практике 98% все же поддаются.

3. В присутствии стороннего человека хронометрируемый сотрудник «собирается в кучку»: начинает трудиться споро и эффективно. Поэтому в воспитательных целях, безусловно, хронометраж работает. А вот в целях оптимизации — только если грамотно использовать результаты при описании бизнес-процессов и создании должностных инструкций.

Описания процессов и должностей — крайне важная и нужная вещь. В идеале этот процесс должен происходить в компании постоянно. Однако сложность в том, что, как правило, они создаются в виде отдельных документов и не позволяют увидеть общую картину мира компании.

Самым удобным, на мой взгляд, — быстрым, показательным и помогающим оказался инструмент «Функциональная матрица». В этой технике я суммировала и «бизнес-процессы», и «должностные инструкции», и отчасти «хронометраж». Функциональную матрицу я использовала уже не в одной компании. Она показала себя как надежный помощник в формировании оптимального штата предприятия.

Создается такая матрица при полной включенности сотрудников, а значит, серьезно экономит ресурсы руководителей.

Первый шаг: создание собственной должностной инструкции. Но не обтекаемо-формальной, как у нас принято, а человеческой и очень подробной (по принципу хронометража). Сотрудник фиксирует максимум своих рабочих действий: все, что ему приходится выполнять, — от регулярных до разовых задачек. Никакого строгого формата нет, нет требований к «правильности» формулировок — просто пишем, как есть. Следующий шаг — определение примерных затрат времени на выписанные задачи. Это тоже делает сам сотрудник. Если уровень компетенции сотрудника позволяет, он еще и группирует описанные функции и задачи по бизнес-процессам.

А дальше все полученные сведения необходимо упаковать в единую таблицу (удобнее всего — в Excel).

Последний шаг — проверка адекватности руководителем подразделения, согласование или корректировка.

В результате вы получаете прозрачную картину бизнес-процессов компании. Чем подробнее состав-

6 карат
международный бизнес•центр

Новая экономическая ситуация диктует новые подходы, новые технологии в работе ювелирных предприятий. Поиску новых инструментов по оптимизации бизнес-процессов посвящены специальные бизнес-форумы, бизнес-курсы, семинары и тренинги повышения квалификации руководителей и владельцев ювелирных компаний, организованных Международным Бизнес- центром «6 карат». Встречи со специалистами, профессионалами, практиками всегда помогают понять и найти оптимальные возможности построения бизнеса, интересные идеи и опыт коллег и партеров.

Бизнес-процесс	подпроцесс	Должность					
		менеджер по закупкам		менеджер по таможенному оформлению		менеджер по логистике	
		функция	ч/час	функция	ч/час	функция	ч/час
Закупка товара	Выбор поставщика	Поиск поставщиков	24	Анализ законодательства	4	Анализ транспортных схем	8
		Формирование запроса на условия поставки	8	Анализ затрат на таможенное оформление	4	Анализ затрат на доставку товара	4
		Обработка ответов от поставщиков	8	Подготовка информации для менеджера по закупкам для принятия решения по выбору поставщика	2	Подготовка информации для менеджера по закупкам для принятия решения по выбору поставщика	2
		Подготовка к переговорам	8				
		Проведение переговоров	16				
		Подготовка контракта	4				

лена такая матрица, тем понятнее, куда и на что расходуется время, есть ли дублирование функций, где рисковые зоны с точки зрения замещения временно отсутствующих сотрудников.

Возможностей для анализа не перечислить. Так, например, можно будет задаться вопросом: почему у одного менеджера сбор информации от поставщиков занимает три дня, а у другого — всего один, и выяснить, с чем это связано: с особенностями поставщиков, с умением распределять время или с компетентностью закупщика. И принять меры: либо по качеству работы и контроля за результатами, либо по оптимизации неэффективных ресурсов.

В дальнейшем вы можете моделировать функционал и загруженность сотрудников, перемещая ячейки с функционалом из должности в должность.

Функциональная матрица замещает и Положения о подразделениях, и должностные инструкции, и карту бизнес-процессов компании вместе взятые. Отлично помогает в процессе адаптации новых сотрудников, когда необходимо быстрое введение в курс дела.

С точки зрения оптимизации численности первый опыт использования такой матрицы позволил сократить численность персонала со 120 сотрудников сначала до 80, а еще через полгода — до 60. И знаете, ничего — оказалось, не сильно заметно... Разве что интернет-трафик существенно сократился, да арендная плата, да затраты на ФОТ и налоги. А компания работает, и не менее интенсивно, чем раньше.

Итак, цель «работы должно хватать на всех» достижима. Логическое продолжение — как сделать работу потребностью сотрудника и какие хитрости предпринять в отношении руководителей, чтобы отбить у них желание раздувать штат и нацелить на повышение эффективности. Но это совсем другая история, которая начнется с пронзительного крика главного бухгалтера: «Ира! Ну уже давай внедрять эти самые KPI-и!!!»

Читайте в следующем номере статью И. Михеевой «А вы меня замотивируйте!..»

6 карат
международный бизнес-центр

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА МОСКОВСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ «ЮВЕЛИР-2009»

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
1	04.09.2009 11.30 –14.00	«Ювелирная торговля: тенденции ювелирной моды» *(Елена Мамонтова — ювелирный дизайнер, консультант Международного Бизнес-Центра «6 карат»)*	*специалисты оптовой торговли и ювелирной розницы*
2	04.09.2009 15.00–18.00	«Проверка пробирного надзора. Основы документооборота» *(Владимир Червоный — главный контролер отдела контроля за драгоценными камнями и металлами Пробирной палаты РФ)*	*руководители, индивидуальные предприниматели, экономисты, специалисты бухгалтерии, работники склада ювелирных компаний*
3	05.09.2009 12.00–17.00	«Обучаем персонал своими силами — подготовка внутреннего тренера или наставника в компании» *(Татьяна Кобякова — бизнес-тренер Международного Бизнес-Центра «6 карат»)*	*старшие продавцы, администраторы, директора ювелирных магазинов*
4	07.09.2009 11.00–14.30	«Изучение покупателей и конкурентов своими силами» *(Гульфира Крок — бизнес-тренер Международного Бизнес-Центра «6 карат»)*	*руководители и специалисты отделов маркетинга ювелирных розничных компаний*
5	07.09.2009 15.00–18.30	«Стандарты работы торгового персонала ювелирных компаний» *(Гульфира Крок)*	*руководители ювелирных компаний, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом*
6	08.09.2009 11.00–17.00	«Увеличение продаж: декорируем ювелирные витрины» *(Ольга Болкунова — декоратор; член Международной Ассоциации Витринистов (аккредитация в Милане), специалист визуального мерчандайзинга; дизайнер интерьеров; бизнес-тренер Международного Бизнес-Центра «6 карат»)*	*руководители, мерчандайзеры, дизайнеры, оформители*
7	08.09.2009 17.15–18.15	«Использование светодиодов в продажах и продвижении ювелирных украшений и часов» *(Евгений Долин — руководитель проекта «Ювелирное освещение» ООО «Центрсвет»)*	*широкий круг специалистов ювелирной розницы и ювелирных предприятий*
8	09.09.2009 12.00–17.00	«Методы анализа продаж и ассортимента ювелирных изделий» *(Гульфира Крок)*	*руководители и специалисты отдела закупок, категорийные менеджеры и другие сотрудники розничных компаний, ответственные за управление ассортиментом*

Телефоны для информации и записи на семинар:
(495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79; e-mail: info@6carat.ru, 6carat@inbox.ru, сайт: www.6carat.ru

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

4 сентября Симонов Василий Анатольевич, генеральный директор ООО «Сувениры Балтики»

12 сентября Кондрашов Георгий, генеральный директор компании «Рута»

13 сентября Гуревич Давид Моисеевич, генеральный директор ООО «Петрозолото»

15 сентября Пилюшина Светлана Анатольевна, первый заместитель главного редактора журнала «Русский Ювелир»

21 сентября Слатин Александр Борисович, коммерческий директор ПЮЗ «Красная Пресня»

22 сентября Иванюк Александр Григорьевич, генеральный директор МЗСС

24 сентября Дризин Григорий Михайлович, генеральный директор ООО «СевЗапЮвелирпром»

26 сентября Коробкин Владимир Васильевич, директор ООО «ЮМО»

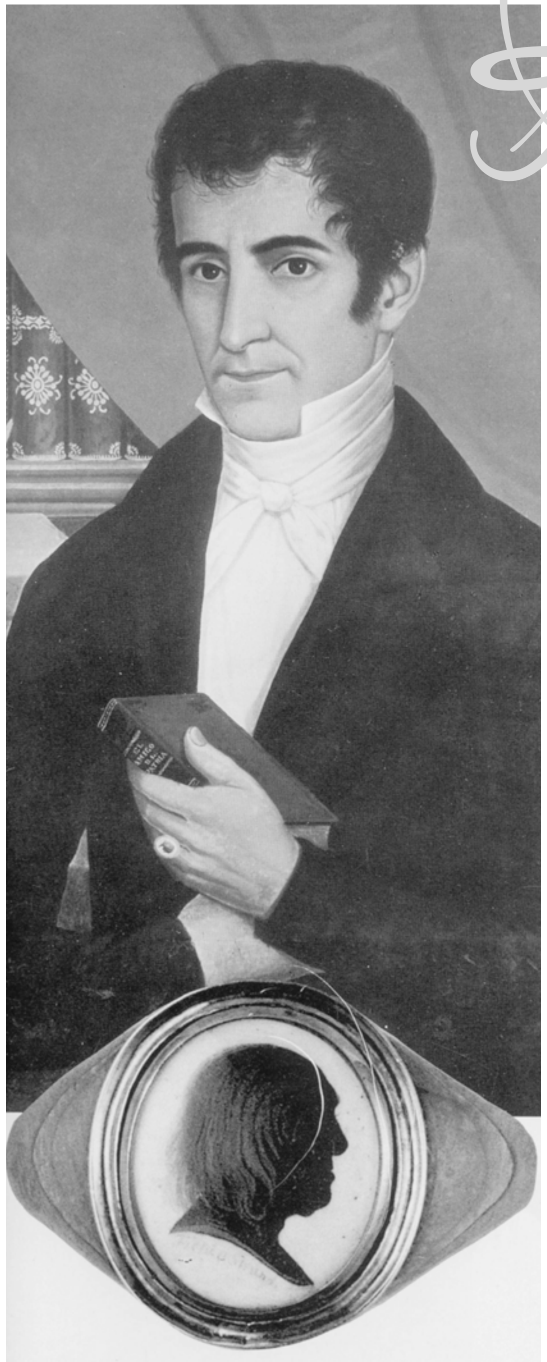
27 сентября Миронова Ольга, генеральный директор РосЮвелирЭксперт

30 сентября Аитов Александр Иванович, управляющий производством ООО «Чорон Даймонд»

Г. Габриэль, искусствовед

Из истории ювелирного искусства:

ПАМЯТНЫЕ, МЕМОРИАЛЬНЫЕ И ТРАУРНЫЕ УКРАШЕНИЯ



Памятное кольцо с изображением английского реформатора Иеремии Бентхама. Золото, бронзовое напыление. XIX в.

Когда и где впервые человек решил почтить память ушедшего предка или близкого человека в украшениях? Какие материалы он выбрал для этой цели? Можно предположить, что это произошло уже в эпоху неолита, когда на территории Северной Англии и в Европе начали добывать и обрабатывать гагат — спрессованный миллионами лет уголь. Из него делали бусины для ожерелий, возможно, служивших траурным целям, поскольку черный цвет во многих культурах считался знаком смерти и скорби. Римляне резали из гагата траурные камеи, и со временем этот камень окончательно стал символом «памяти и скорби», достигнув пика популярности в викторианской Англии. Наряду с гагатом уже в эпоху Античности в памятных украшениях использовали волосы, наделяя их магической силой. Встречаются они и в украшениях позднего Средневековья, когда расцветает куртуазная любовь и локоны влюбленных вплетаются в подвесы и броши, в том числе и как память об ушедших близких. В это же время появляются кольца «memento mori» — «помни о смерти» с изображениями черепов, скелетов, декорированных эмалью. Такие кольца дарили на память об ушедшем родственнике или друге, они напоминали о бренности бытия. Особенно популярными «memento mori» становятся в эпоху барокко, когда рядом с черепами, листьями аканта появляются изображения смерти с косой, гробики, вырезанные из камня. От XVII века сохранились и мемориальные кольца в виде причудливо изогнутых и переплетенных между собой тонких колец — их число доходило до 12 — иногда с небольшими бриллиантами. Фортунио Лицето в опубликованном в 1645 году в Италии манускрипте «De annulis antiguis Librum singularem» утверждает, что каждое кольцо в такой композиции должно было напоминать владельцу о близком ему человеке.

Более конкретный «адрес», персонификацию мемориальные украшения обретают со второй половины эпохи барокко, особенно после казни в 1649 году английского короля Чарльза I. Вскоре после этого события роялисты демонстративно или скрытно начинают носить кольца с миниатюрными портретами казненного монарха, выполненные на эмали или пергаменте. Шинка кольца покрывалась черной эмалью и гравировалась обычно изображениями лавра. Вскоре в той же Англии появляются и так называемые «королевские мемориальные кольца», заказываемые самими монархами в память о членах королевской фамилии. Считается, что первое такое кольцо было выполнено по поводу кончины королевы Марии II в 1694 году, а затем все члены английской королевской семьи удостаивались такой чести.

В эпоху барокко в памятных украшениях вновь начинают использовать локоны близких людей или почитаемых монархов. Волосы декорируют модные тогда держатели для лент, из них делают браслеты, соединяющиеся с кольцом плетеной из волос косичкой, из них на украшении выкладываются инициалы. В это время особенно модными были перстни с часовым механизмом и карманные часы с изобра-

Брошь в виде змеи. Волосы, золото. XX в. Швеция

Памятный медальон с траурной символикой и отделением для волос. Золото, эмаль. Нач. XIX в.

Два кольца «memento mori». Золото, эмаль, бриллианты. XVII в.

Брошь. Волосы, золото. XX в. Швеция

Мемориальное кольцо с изображением польского короля Авгуcта Сильного. Миниатюра под стеклом, с отделением для волос. XVIII в.

Кольцо «memento mori». Золото, эмаль. XVII в.

Мемориальное кольцо. Эмаль, бриллианты, волосы. Кон. XVIII в.

Мемориальное кольцо. Эмаль, жемчуг, волосы. Кон. XVIII в.

Подвес «memento mori». Золото, эмаль. XVI в.

Портрет женщины в траурном ожерелье-ошейнике. 1900-е гг.

Траурное ожерелье из граненого черного стекла. В центре – стилизованное изображение бабочки – символа Воскрешения. Граненое стекло. Нач. XX в.

Часы с траурной символикой. Нач. XIX в.

Римская траурная камея. Гагат из Уитби

Памятное кольцо с изображением фигурки Наполеона. Нач. XIX в.

Мемориальное кольцо, посвященное памяти Натаниела Ротшильда. Золото, эмаль. XIX в.

Часы «memento mori». Бронза, позолота. Нач. XIX в.

жением черепа или смерти с косой — философское осмысление темы «Vanitas». Для мужских карманных часов из волос и тонкой золотой проволоки плелись прочные цепочки. Увы, от той эпохи таких вещей сохранилось немного ввиду хрупкости материала.

Новый виток в развитии мемориальных украшений начнется со второй половины XVIII века, когда в литературе и искусстве оформляются идеи сентиментализма, формируются тенденции мышления, направленные на подчеркивание эмоциональной стороны художественного образа, непосредственно воздействующей на чувства человека, вызывающей в нем отклик сострадания, умиления. В эту эпоху впервые формируются четкие каноны памятных, мемориальных и траурных украшений, и происходит это в Англии, влияние которой на формирование европейских эстетических и художественных предпочтений становится все более заметным. В это время появляются целые коллекции украшений, выполненных согласно завещанию главы семьи, где расписывалась стоимость каждой вещи и кому она предназначалась. На эти цели предусматривались специальные средства, и наследники могли потратить их исключительно по назначению — за исполнением условий завещания следили специальные поверенные. Формы, символика и материалы таких украшений были весьма разнообразны: это кольца, медальоны, подвесы, броши, браслеты с вставленными миниатюрами на эмали, слоновой кости, пергаменте, переплетенными локонами волос. Вместо традиционных для эпохи барокко скелетов, черепов и гробов появляются изображения траурных урн, сломанных колонн, надгробных обелисков, перевернутых факелов, плачущих ангелов и т. д. Встречаются также «плакучие» деревья, чаще всего ива, склоненная над надгробным памятником, а также кипарис, лавр. Невероятную популярность обретает язык цветов, что объясняется появлением многочисленных публикаций, посвященных «цветочной» символике. Это бессмертник, гиацинт, плющ, мак, но особенно часто изображают незабудку — символ любви в разлуке. Ее вырезают из черного оникса, выкладывают из бирюзы, половинок жемчужин или бриллиантов на черной эмали. Изображения могли виртуозно делаться из волос, дополняться морским жемчугом — рожденный в соленой воде, он символизировал горестные слезы. Прекрасно сочетался с черной основой и мелкий речной жемчуг.

Самым популярным памятным украшением не случайно становится кольцо — в самой его форме уже заложен символ бесконечности. В Англии появляются первые траурные кольца в виде обруча, разделенного на завитки и декорированного эмалью — белой для детей и тех, кто не успел вступить в брак, черной для людей женатых и замужних. Модными были и кольца с крупным, иногда во всю фалангу основанием — овальным, круглым и реже квадратным, где по фону из цветной фольги или шелка тонкой золотой проволокой, мелким жемчугом, стразами выкладывались памятные инициалы. Сверху изображение закрывалось хрустальной пластиной или стеклом. Любимыми мотивами памятных колец становятся также символы вечной памяти и любви: змея, кусающая себя за хвост, декорированная черной эмалью, голуби, сплетающие из ветвей «геракло узел» и т. д. В траурных кольцах высших слоев общества соблюдалось ранжирование: изображались соответствующие рангу знаки отличия — короны графа, барона, маркиза и др. На внутренней стороне шинки кольца гравировались имя, дата жизни и смерти, слова молитвы, цитаты из библии или трогательные надписи вроде «Никакое время не унесет воспоминание о тебе» или «Ты ушел, чтобы остаться среди нас навсегда».

Сохранились и траурные кольца, созданные по поводу кончины русских монархов. В России траурные кольца вручали в день похорон не только близким, но и всем участникам траурной процессии. Пожалуй, самые выразительные из сохранившихся колец мемориального назначения посвящены памяти Александра I. Они выполнялись в форме свернувшейся змеи, с гладкой шинкой, покрытой черной эмалью. В центре, на щитке, помещалось профильное изображение императора в окружении надписи «Незабвенный», на внутренней стороне ободка часто гравировалась фраза «Наш ангел в небе».

Большое распространение получают в эпоху классицизма и памятные кольца, посвященные важным историческим событиям, известным публичным деятелям, выдающимся полководцам. В Англии в начале XIX века носили кольца с изображением адмирала Нельсона, победителя при Трафальгаре. В основании кольца размещался гравированный на ониксе профильный портрет Нельсона, окруженный его знаменитой фразой, произнесенной перед решающей битвой: «Англия надеется, что все мужчины страны исполнят свой долг». Во Франции же после смерти Наполеона на острове св. Елены появились памятные кольца с его изображением. В одном из таких колец миниатюрная фигурка Бонапарта в полной генеральской форме пряталась в потайном отделении, выполненном в виде саркофага.

Самой серьезной стандартизации и регламентации мемориальные и траурные украшения подверглись во второй половине XIX века в контексте формирования в Европе общего института траура. И опять решающее значение здесь сыграла Англия. После смерти в 1861 году принца-консорта Альберта, любимого мужа королевы Виктории, она на долгие годы уходит в глубокий траур, и именно в викторианскую эпоху Англия станет «законодательницей моды» в этом направлении общественной жизни. Здесь появляются многочисленные издания с рекомендациями форм костюма, цвета и фактуры материалов, прически, аксессуаров и украшений, приличествующих случаю.

Траурная одежда была черного цвета — как знак отказа от земных радостей и дань уважения ушедшему человеку, при этом сроки траура, исполь-

Выставочное Объединение МИР КАМНЯ

XIV международная выставка

Петербургский Ювелир

10–13 декабря 2009 года

Санкт-Петербург,
Центральный Выставочный зал «Манеж»,
Исаакиевская пл.,1

Гран-при конкурса

Конкурс авторского ювелирного и камнерезного искусства

Ювелирный Олимп

Номинации

Ювелирное искусство
Камнерезное искусство
Украшения интерьера
Ювелирная пластика
Эмальерное искусство
Ювелирный камень
Специальный приз памяти Николая Нужина

Ярмарка

Ювелирные украшения
Камнерезные изделия,
Украшения интерьера,
Изделия художественных промыслов
Коллекционные минералы,
Ювелирный инструмент,
Сувениры,
Бижутерия,
Упаковка

Адрес оргкомитета:
ООО "ВФ Мир камня"
Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
Большой проспект, 83
(ДК им С.М.Кирова)
офис 335
тел/факс: 327-42-76
тел: (812) 327-42 75;
E-mail: info@gemworld.ru
olimp@gemworld.ru
www.gemworld.ru
Почтовый адрес: 191028,
Санкт-Петербург, а/я 49

«Туманность Тельца»
Автор Сергей Шиманский
Фотограф Александр Иванов

Брошь траурная с изображением креста, пылающего сердца и якоря. Гагат. Сер. XIX в.

зуемые материалы разнились в зависимости от близости родства. В период глубокого траура по мужу — обычно это один год и один день — женщина должна была носить исключительно матовые черные ткани, например шерсть, креп. Лишь перейдя в полутраур, она могла добавить в костюм черный атлас или сатин, черные кружева, затем белый воротник и манжеты. Мужчинам полагалась черная повязка на рукаве фрака или сюртука. Естественно, что в этот период надо было отказаться от ярких камней и блеска бриллиантов. В глубоком трауре рекомендовалось носить камни только черного цвета, прежде всего гагат, причем желательно матовый, неполированный. Английское аббатство Уитби в Йоркшире, богатое месторождениями гагата, становится центром производства траурных украшений из этого материала, вошедшего в историю ювелирного искусства как «гагат из Уитби».

Гагат здесь добывали уже в Античности — римляне резали из него траурные камеи, охранные амулеты. Его широкому использованию способствовали легкость и мягкость материала — всего 2—4 единицы по шкале Мооса, что позволяло делать вещи массивными, рельефными — символ скорби и печали должен быть сразу же заметен на одежде. Из гагата делали бусы, цепи, подвесы, броши, браслеты, серьги, четки. Излюбленными мотивами декора становятся крест, якорь, сердце — Вера, Надежда, Любовь; изображения виноградной лозы, папоротника, ландыша. Режутся имитации античных камей, более всего с аллегорическим изображениями «Ночи». Основной черный фон траурных вещей мог дополняться речным жемчугом или его имитацией, деталями из кости, чаще всего слоновой, но исключительно в вещах, посвященных детям и молодым людям, не вступавшим в брак, своим цветом символизируя их чистоту и непорочность. Украшения из гагата были достаточно дорогими, поэтому для массового производства использовали более дешевый «французский гагат» — граненое черное стекло, вулканическую лаву, эбеновое дерево или любые другие породы окрашенного в черный цвет дерева, папье-маше, сплав меди и цинка. В конце XIX века к ним добавилась пластмасса — популярный бакелит и эбонит. Из камней для траурных украшений помимо гагата чаще всего использовали аметист, воплощающий преданность, высокую нравственность, обращенность к Богу и поэтому особенно почитаемый церковью. Его фиолетовый цвет также считался цветом траура.

Много используют в викторианскую эпоху и волосы. Издаются пособия для работы с волосами, в модных журналах публикуются статьи, объясняющие их символику. Из волос делали браслеты, кольца, держатели для прически, безделушки, к сплетенным прядям подвешивали сердечки. Отращивание и продажа волос даже становятся бизнесом, так как такие изделия начинают выпускать в массовом количестве. Однако уже в конце восьмидесятых годов в прессе появляются публикации о негигиеничности использования волос в украшениях, тем более чужих, и в Европе они постепенно выходят из моды. А после 1887 года, когда королева Виктория наконец сняла глубокий траур и начала носить украшения из серебра, значительно уменьшилось и производство изделий из гагата. Им на смену — не только в Англии, но и во всей Европе приходят серебряные броши, браслеты, медальоны со специальной памятной символикой. В это время уже существует фотография, и она постепенно вытесняет из памятных украшений более сложные техники росписи по эмали, слоновой кости, пергаменту.

В XX веке традиция ношения траурных украшений уже не будет иметь столь важного значения в жизни общества. За исключением королевских дворов и государственных лиц это становится частным делом каждого человека. В начале века еще делаются специальные памятные украшения, связанные с событиями, потрясшими общество, как, например, гибель «Титаника»: фирма Картье откликнулась на эту трагедию кольцом, декорированным ониксом и жемчугом и несколько напоминающим по форме корабль. От Первой мировой войны сохранились памятные медальоны с вложенными фотографическими портретами героев, обручальные кольца с черной эмалью, недорогие безделушки с траурной символикой как знак скорби и памяти. Но постепенно и эти знаки памяти останутся в прошлом...

Памятные медальоны. Роспись по эмали. Нач. XIX в.

И. Ю. Перфильева

Цитаты и стилевые заимствования

КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОЙ СИСТЕМЫ: ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ЮВЕЛИРНОЕ ИСКУССТВО 1960-Х — 1970-Х ГОДОВ

Рис. 1. Украшения с шумящими подвесками. X—XII века. Литье, бронза. Вологодский краеведческий музей

1

...украшения: «Пегас», «Золотой петушок», «Козлик», «Апис... ...ьги), «Ослик», «Олененок», «Конек-Горбунок». 1965

2

Рис. 50. В. Кабин. Браслет и брошь. Биметалл, травление. 1961. НИИХП

3

Рис. 46. П. Уткин, А. Ефимов. Филигранные брошь и серьги. Серебро. 1959 г. НИИХП

4

Рис. 47. И. Бешенцева. Ювелирный гарнитур «Птички». Напайная филигрань. 1962 г. НИИХП

5

Ко времени, о котором пойдет речь, в отечественном ювелирном искусстве так и не сложилась современная художественно-образная система. Этот факт обусловлен спецификой исторического развития страны. В 1920-е и начале 1930-х годов русское ювелирное дело откровенно стагнировало в рамках массовых и недорогих изделий широкого спроса. Исключение составляли приуроченные к международным выставкам единичные попытки небольших артелей вроде «Красного мундировщика» в Ленинграде (1926) и уральских мастеров-камнерезов (1925) приобщиться в своих творческих работах к общеевропейской художественно-образной системе стиля ар-деко.

Во второй половине 1930-х годов такая тенденция выстраивается еще более отчетливо. Этому способствовал ряд важных исторических фактов, имевших место в предвоенные годы, в том числе достижение некоторого экономического роста и определенного благосостояния широких народных масс, чему способствовало введение нэпа, а позднее и индустриализация промышленности. Последнее обусловило приезд в Советскую Россию значительного числа зарубежных специалистов, прежде всего из США — страны, ставшей в это время центром стиля ар-деко благодаря приезду в нее большого числа художников из Западной Европы.

И наконец, в 1935 году впервые в России проводится Международный кинофестиваль, собравший гостей со всего мира. В совокупности все эти события несколько ослабили политический и идеологический контроль над прикладными видами художественного творчества, в том числе и ювелирным делом. И даже напротив, представительницы творческой элиты в эти годы охотно носят антикварные ювелирные украшения. Некоторые из них тайно изготавливались частными мастерами старой, дореволюционной выучки в Москве и Ленинграде.

К этому же времени относится и учреждение треста «Русские самоцветы» с производствами в Ленинграде и Свердловске. Здесь, как известно, налаживается производство украшений с уральскими поделочными камнями в оправе, выполненной в традиционной ювелирной технике — скани. Однако, несмотря на все старания придать изделиям национальный характер, они, вполне очевидно, представляли собой творческие аллюзии европейского стиля ар-деко.

Эта линия развития отечественного ювелирного искусства как периферийной региональной школы продолжалась и после войны, вплоть до конца 1950-х годов. Все изменилось в одночасье после успешных выставок «Прикладное и декоративное искусство РСФСР» в Лейпциге и Брюсселе. С этого момента началось переосмысление исторического национального художественного наследия как основы для дальнейшего развития декоративного искусства и ювелирного в том числе.

Эта тема надолго входит в художественно-образную систему отечественного ювелирного искусства. Она сохраняет актуальность и в 1960-е, и в 1970-е годы, доминируя в творчестве большинства советских ювелиров. Тому был ряд как субъективных, так и объективных причин и факторов.

Во-первых, это, как принято выражаться в подобных случаях, — рост национального самосознания в стране, не только победившей в Великой Отечественной войне, но и находящейся в эйфории внутреннего освобождения от «оков тоталитаризма» и переживающей период идеологической «оттепели». Тогда перед художниками открылись сразу две возможные тенденции развития: одна из них была ориентирована на западное искусство, другая артикулировала особенности национальной художественной культуры. Эти тенденции нашли отражение во всех областях творчества. Но для ювелирного искусства они имели особое значение.

6

7

Проблема в том, что за все предшествующие годы советской истории, пожалуй, ни один из видов искусства не подвергался хотя и негласному, но от того не менее жесткому политическому остракизму, как ювелирное дело, традиционно ассоциировавшееся у власть предержащих с буржуазным образом жизни. В результате, по существу, была прервана традиция бытования, а значит, и культуры ювелирного дела как вида пластических искусств. И не случайно критика тех лет указывала на доминирование в массовом производстве ювелирных изделий — «образцов дурного вкуса» второй половины XIX века при сохранении высокого уровня ремесла.

В то же время в официальной государственной политике продолжалась начатая еще в первые годы советской власти линия на дифференциацию ювелирного искусства. Оно было разделено на прикладное — изделия художественной и ювелирной промышленности и декоративное — уникально-выставочные произведения. В интересующий нас период эта классификация была законодательно утверждена учреждением управления «Росювелирпром», в ведение которого были переведены все предприятия, производящие ювелирные изделия. Нельзя сказать, что вопросы художественного качества ассортимента здесь не поднимались, так как среди членов художественного совета были ведущие художники-ювелиры, историки и художественные критики того времени — специалисты в области ювелирного искусства (Ю. И. Паас-Александрова, М. А. Тоне, профессор МГУ М. А. Ильин, заведующий лабораторией художественной обработки металла НИИХП П. И. Уткин, заведующая отделом ГИМ М. М. Постникова-Лосева). Однако приоритетными все-таки оставались производственные и коммерческие вопросы, включая экспорт.

Иначе дело обстояло в сфере свободного художественного творчества, в советской науке получившего определение «авторское искусство». Главная особенность этого периода в отечественном ювелирном искусстве заключается в том, что здесь также отсутствовала преемственность традиций художественной культуры. Ювелиры, получившие профессиональное и творческое образование еще до революции, в большинстве своем уже ушли не только из профессии, но и из жизни. Пришедшие им на смену мастера, подготовленные в единственном на всю страну среднем специализированном Костромском училище художественной обработки металла, не обладали знаниями, достаточными для качественного обновления художественно-образной системы. Другие высшие и средние специальные учебные заведения: МВХПУ (бывшее Строга-

8

9

10

новское), ЛВХПУ им В. И. Мухиной, Московское среднее специализированное училище им. М. И. Калинина — не имели специализации по ювелирному делу и готовили художников по металлу широкого профиля. Исключение составлял Государственный художественный институт Эстонской ССР, где существовала соответствующая кафедра.

Таким образом, сложилась ситуация, когда в стране, по существу, не было достаточного числа ювелиров и художников, имеющих необходимое образование. Отсюда типичное для этого времени разделение ювелиров на мастеров-исполнителей и художников. А поскольку специально подготовленных художников не хватало, к созданию произведений ювелирного искусства активно подключились художники самых разных видов декоративного искусства, таких как керамика, вышивка и кружево и так далее.

Каждый из них формировал собственную художественно-образную систему в креативном подходе к современному ювелирному искусству. Из этого многообразия индивидуальных манер и складывалось «авторское» направление.

Сопоставление творческих методов таких разных художников-ювелиров, как Мария Тоне и Юта Паас-Александрова, дает исключительную возможность проследить не только уникальность их авторских манер, но и особенности крупнейших региональных школ — Москвы и Ленинграда.

Оба художника являются ключевыми фигурами для советского ювелирного искусства со второй половины 1950-х и в последующие десятилетия вплоть до начала 1990-х годов. На пути их становления важен каждый шаг, так как, будучи современниками и активными участниками художественного процесса этого времени, они по сути были антиподами. Ленинградка Ю. Паас-Александрова — не только оригинальный художник, но и активный деятель в области налаживания производства художественных ювелирных изделий из драгоценных материалов. С 1954 года она, выпускница таллинского художественного института, — главный художник завода «Русские самоцветы», создавший в этой области «атмосферу творческого поиска и взыскательности» .

Москвичка М. Тоне — художник камерного темперамента, всю жизнь по окончании Московского института прикладного и декоративного искусства проработала рядовым художником в НИИ художественной промышленности. Для нее, в отличие от свободной в выборе тем Ю. Паас-Александровой, «следование традициям народного искусства» было официальной, ведомственной установкой.

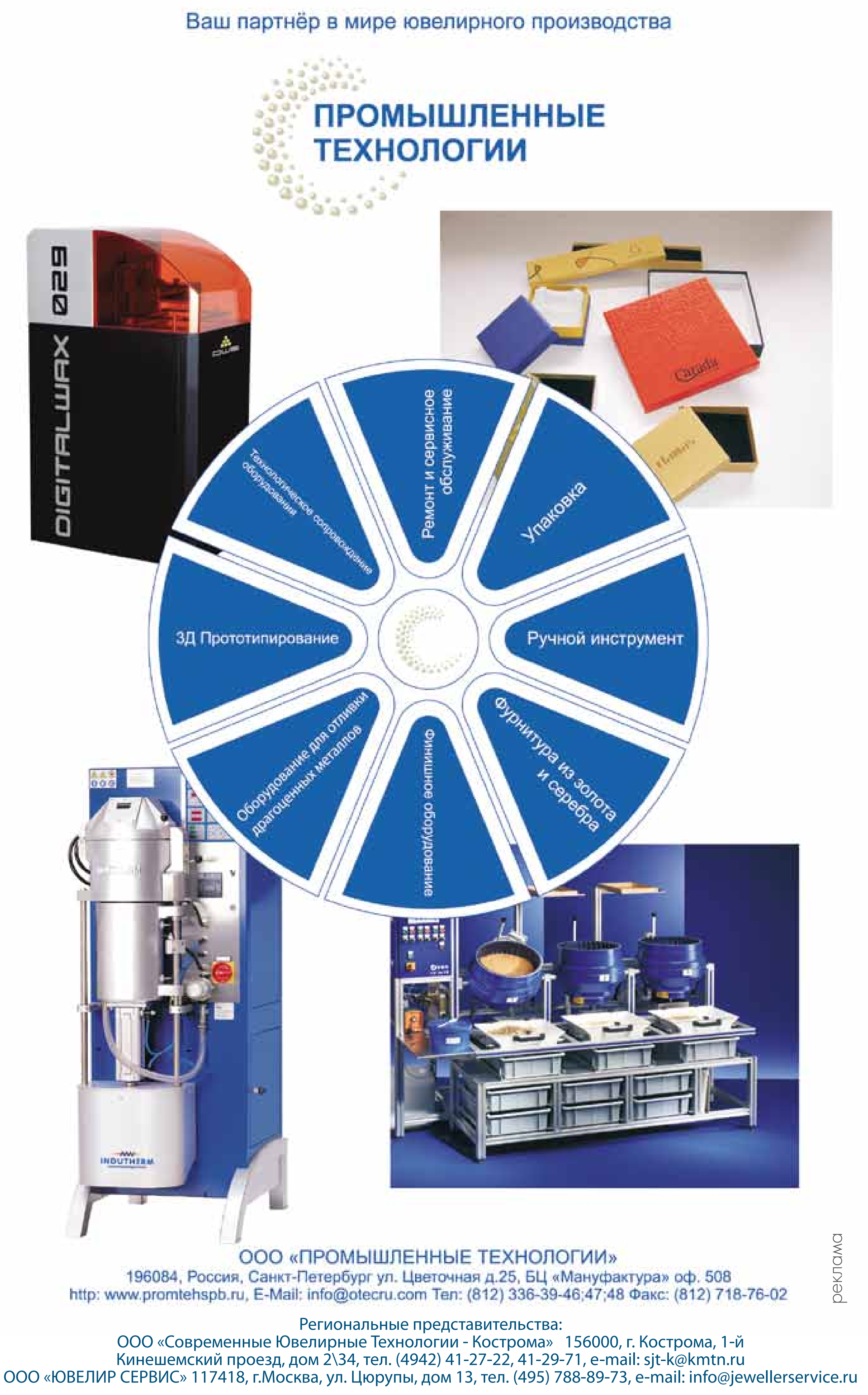
Но для нашей темы важны не служебные обязанности, а не ограниченное идеологическими и коммерческими задачами творчество художников-ювелиров.

Они не были первыми, кто обратился к традиционным корням в качестве стилевой основы для создания новой художественно-образной системы. К концу 1950-х и началу 1960-х годов относятся выполненные в разных техниках комплекты украшений (илл. 4) П. Уткина (брошь и серьги, 1959, исполнитель А. Ефимов), (илл. 3) В. Кабина (браслет и брошь, 1961) и (илл. 5) «Птички» И. Бешенцевой (браслет и брошь, 1962). Но во всех этих случаях мы наблюдаем игру художника с неким условно воспринимаемым как традиционный орнаментальным мотивом, выполненным в традиционной же технике. Однако декор, по существу, просто наложен на лаконичную дизайнерскую форму.

Совершенно иначе синтез «традиции и современности» происходит в творчестве М. Тоне. В броши «Рябинка» (1961) эмальерная композиция решена таким образом, что уплотненное внутреннее пространство вставки органично сочетается с оправой и образует единый пластически активный объем.

(Илл. 2) Юта Паас-Александрова в 1965 году создает серию украшений, выполненных в технике скани. Это броши, подвески и серьги: «Пегас», «Золотой петушок», «Козлик», «Апис», «Ослик», «Олененок», «Конек-Горбунок». (Илл. 1) От прототипов — литых украшений с шумящими подвесками (X—XII вв.) их отличает не только техника исполнения, придающая формам большую пластичность и нарядность. В них видно принципиально иное — новое, современное, какое-то шутливое прочтение образов, утративших исконную символичность и условность, но взамен обретших конкретность изобразительного мотива.

(Илл. 10) К этому же времени относится ожерелье «Гривна» (1967) Марии Тоне. В данном случае



решающее значение для создания художественного образа имеют не абстрактно «традиционные» знаки в виде орнаментальных мотивов, а аллюзии на конструктивные основы языческих ювелирных украшений, раскрытые современными выразительными средствами, эстетизирующими саму суть пластики произведений древних ювелиров. Лаконичность общего композиционного решения кольцевого украшения получает развитие в ритмике орнаментальных мотивов, восходящих к более широкому, общекультурному историческому наследию.

Казалось бы, возобладание принципа самовыражения художников-ювелиров, работавших в жанре «станково-прикладного» искусства, освобождало их от самой мысли о стилистических заимствованиях и цитировании как традиционного искусства, так и исторических художественных стилей. Но нет, эта тема не ушла из русского ювелирного искусства 1970-х годов. Напротив, в творчестве некоторых художников-ювелиров настойчиво звучит мотив исторических реминисценций барокко и модерна. (Илл. 6) Такова общая стилистика творчества Инессы Бешенцевой (Шейное украшение «Вечернее», 1971; Подвеска. Серебро, 1970-е.) и (илл. 11, 8. 7) Натальи Гаттенбергер (Гарнитур «Весна», 1974; Кольцо. Серебро, бирюза, агат, 1975; Браслет из комплекта «Октябрь». Серебро, гранаты, 1977). Наряду с традиционными национальными мотивами русских мастеров оба художника широко используют общеевропейское историческое художественное наследие. Но, в отличие от произведений ювелирного искусства начала и середины 1960-х годов, мы сталкиваемся с импрессионистическим мышлением, не столько опирающимся на исторический опыт художественной культуры, сколько отталкивающимся от него как от некого тающего в дымке времени образа. Вместо тонкой изящной и колористически сочной графики украшений барокко перед нами возникают своеобразные «наброски» или «зарисовки» в металле общих контуров и барочной композиции в ее развитии. Эскизная небрежность ювелирных произведений этого времени неоднократно отмечалась тогда многими критиками. Отсутствие тщательной проработки деталей легко объяснялось выставочным характером этих вещей.

(Илл. 9) Но обращение к исторической тематике в таком широком диапазоне и таком приблизительном прочтении объяснить было сложнее. Тем более что к концу 1970-х и в 1980-е годы для творчески работающих мастеров-ювелиров, таких как Ю. Савельев, традиционализм становится принципиальной основной авторской манеры.

Теперь, спустя десятилетия, в исторической перспективе стало ясно, что художники-ювелиры, выйдя в масштаб выставочного пространства, утратили чувство пропорционального соотношения ювелирного произведения как предметной формы с человеком. В новых пространственных условиях нужны были иные параметры и иные приемы построения композиции. И ответы на возникшие проблемы находили в исторических стилевых реминисценциях. Конкретное цитирование тех или иных мотивов, техник или композиционных приемов уже не удовлетворяло художников. Но исторические реминисценции или экстраполяция различных стилевых пространственных композиционных приемов в новых условиях открыли советским художникам старшего поколения путь к освоению арт-объекта как самостоятельного жанра ювелирного искусства.

Таким образом, следует признать, что обращение к исторической тематике в русском ювелирном искусстве второй половины XX века было далеко не поверхностным, как иногда казалось современникам. Оно стало важным этапом эволюции этого вида прикладного художественного творчества как свободно пластического искусства — обретения изобразительного искусства XX века.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ильин М. А. Исследования и очерки. М., 1976. С. 111.

Суслов И. М. Ювелирное искусство // Советское декоративное искусство, 1917–1945. Очерки истории / Отв. ред. В. П. Толстой. М.: Искусство, 1984. С. 132–135.

Сохранская Н. М. Юта Паас-Александрова. Л.: Художник РСФСР, 1990. С. 7.

12

Илл. 12. М. Тоне. Комплект украшений «Весна», 1974 г. Серебро, цитрины, филигрань, зернь

11

Сегодня

Завтра

реклама

В настоящее время рынок ювелирных изделий очень конкурентноспособен и находится в постоянном развитии. Периодические преобразования и изменение тенденций на рынке позволяет предприятиям оставаться на плаву. Компания “Stile italiano” предлагает вам возможности крупных итальянских фабрик как в дизайне изделий, так и в организации производства.
Обратитесь к “Stile italiano”, которая способна преобразовать деятельность вашей компании и вывести ее на международный рынок.

Обращайтесь к нам по вопросам:
Стратегии и организации, налаживании связей, стратегического и оперативного маркетинга, различного вида упаковки.

Stile italiano

www.stileitaliano.net
russia@stileitaliano.net

Галина Габриэль, кандидат искусствоведения

Территория творчества

ЗАМЕТКИ О ХУДОЖНИКЕ И ПЕДАГОГЕ ГАЛИНЕ КОВАЛЕВОЙ

Журнал «Русский Ювелир» неоднократно освещал на своих страницах итоги Международного конкурса молодых дизайнеров ювелирных украшений «Образ и Форма» — наиболее масштабного и востребованного сегодня в России. Конкурс этот — детище петербургского художника Галины Николаевны Ковалевой, хорошо известной в профессиональном ювелирном мире. Однако большинство знакомо лишь с ее организаторской и общественной деятельностью и вряд ли имеет представление об ее творческих работах, о созданной ею ювелирной школе. А поскольку совсем недавно Галина Николаевна отметила юбилей, у нас появился дополнительный повод рассказать об этом нашим читателям.

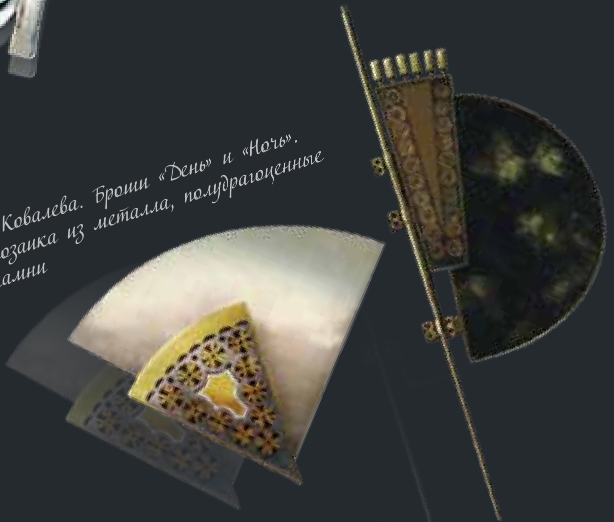
В ювелирное искусство она пришла, как и многие ленинградские ювелиры, после окончания училища им. В. И. Мухиной, ныне — Государственная художественно-промышленная академия А. Штиглица. Серьезная подготовка в живописи, рисунке, композиции давала возможность работать в разных областях творчества, но Г. Ковалева предпочла тогда художественное проектирование, выполняя заказы для различных предприятий города и страны, в том числе делала дизайн промышленного оборудования, бытовых приборов. Из ювелирных заказов тех лет самыми значимыми были проекты настольной пластики для «Русских самоцветов», где ювелирное искусство рассматривалось автором прежде всего как сфера дизайна. Такой подход к ювелирному проектированию останется для Ковалевой основополагающим и в ее будущей творческой и педагогической деятельности.

В восьмидесятые годы Г. Ковалева становится членом Союза художников России, активным участником многих ювелирных выставок, в том числе зарубежных. Но, пожалуй, наиболее интересно и концептуально она тогда заявила о себе как о художнике на «Ювелирной пластике» — знаменитых ленинградских выставках, проходивших в Голубой гостиной Союза художников с 1983 по 1987 год. Участвовать в «Ювелирной пластике» можно было лишь одной работой и обязательно неутилитарного характера. В этом была определенная программность, нацеленность на самоценность ювелирного произведения, должного, по мысли художников, нести прежде всего эстетическую, духовную функцию. Традиционные ценностные критерии, увязывающие в единый блок красоту ювелирного изделия и стоимость используемых материалов, были неприменимы к этим работам — оценивались скорее степень свободы художника, смелость его эксперимента.

Работы Г. Ковалевой привлекли тогда внимание прежде всего редким сплавом дизайнерского и ювелирного подходов, изысканной стилистикой, неожиданным и эффектным использованием как новых, так и традиционных материалов. Такие композиции, как «Пробуждение», «Ноктюрн», «Маки», продемонстрировали и разную степень эмоциональной, образной насыщенности — от сложных оттенков настроений до чисто декоративных решений. Природные мотивы соединились здесь с любимыми ею геометрическими формами, наполнив их ощущением живой плоти, цветовыми нюансами поделочных камней. Ряд работ Г. Ковалевой с этих и других выставок был закуплен тогда крупнейшими музеями страны, в том числе Всероссийским музеем декоративно-прикладного и народного искусства, Государственным Музеем-заповедником Мо-

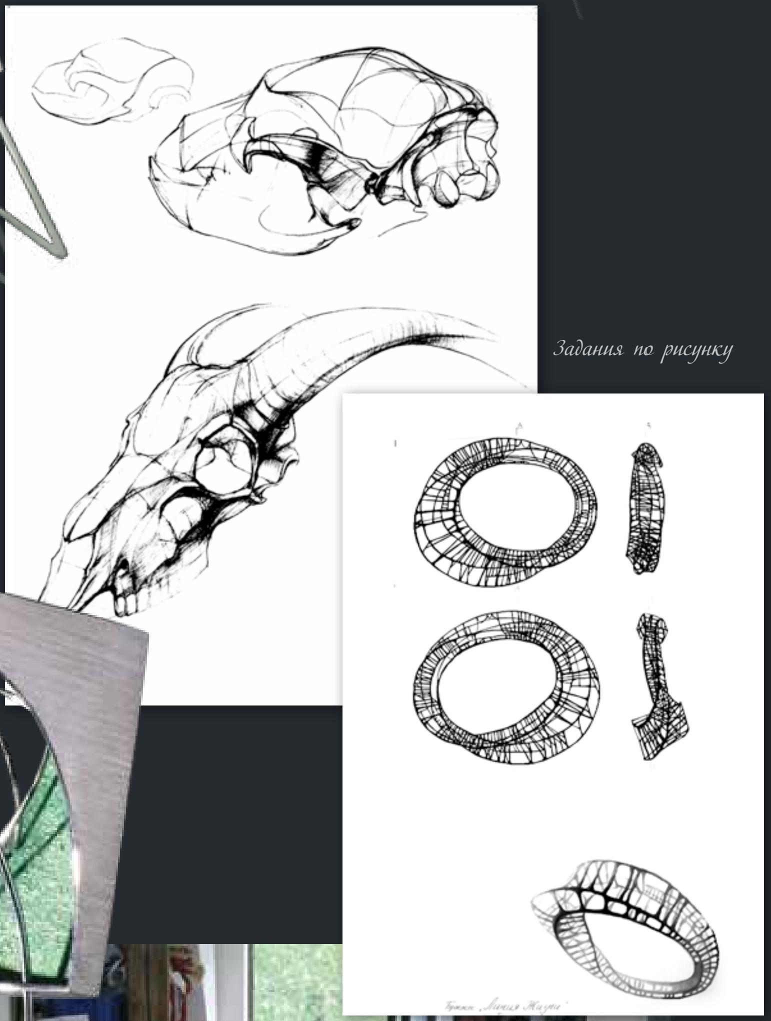
Г. Ковалева. Композиция «Пробуждение». Агат, мельхиор

Г. Ковалева. Брошь, запонки «Карелия». Серебро, малахит, гематит

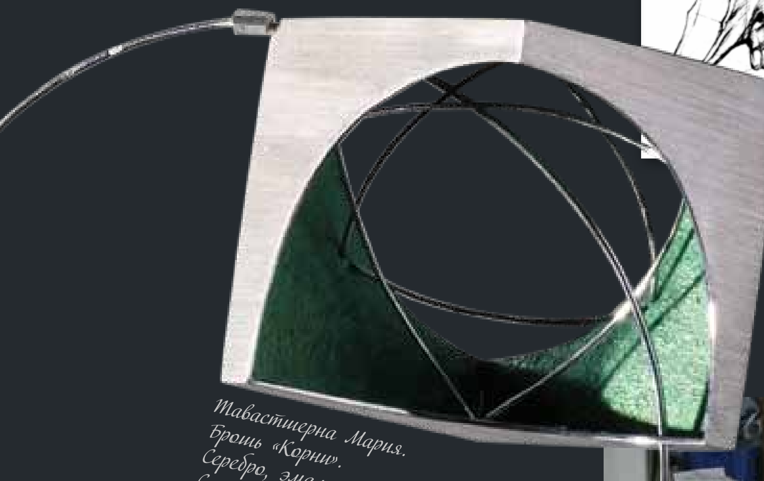


Г. Ковалева. Броши «День» и «Ночь». Мозаика из металла, полудрагоценные камни

Г. Ковалева. Брошь из серии «Цейтнот». Серебро, бирюза, перламутр



Задания по рисунку



Тавастшерна Мария. Брошь «Корни». Серебро, эмаль. Санкт-Петербург

сковский Кремль, Екатеринбургским музеем изобразительного искусства и т. д. Что касается значимости этих выставок для развития ювелирного искусства в Санкт-Петербурге, то их трудно переоценить. «Ювелирная пластика» впервые собрала вместе художников-ювелиров города, прежде всего независимых мастеров, и они составили ту «критическую массу», которая на долгие годы стала определять творческое лицо ювелирного искусства города. Впервые в самом широком диапазоне были показаны многообразные материалы и техники ювелирного искусства, забытые или вовсе утраченные советским ювелирным искусством и вновь возрожденные и развитые петербургскими мастерами. В этом возрождении была заслуга и Галины Ковалевой.

Девяностые годы принесли в отечественное ювелирное искусство новую ситуацию. С одной стороны, художники потеряли поддержку в лице Союза художников, Художественного фонда, но взамен получили полную свободу в выборе материалов и форм деятельности, ювелирное дело стало быстро развиваться в новых экономических условиях. Это давало шанс проявить личную инициативу в различных направлениях ювелирного дела, и Галина Ковалева этим шансом воспользовалась. В 1993 году она стала одним из организаторов выставки «Во славу Фаберже», где вновь прозвучали идеи «Ювелирной пластики» и интерес к наследию «великого Карла» соприкоснулся с мышлением художника конца XX века. Через несколько лет благодаря ее же усилиям состоялись три выставки «Образ и Форма», где идейные и формальные новации были представлены в основном молодым поколением ювелиров. Г. Ковалева и сама участвовала в этих выставках, показав безупречные по стилистике и мастерству исполнения декоративные плакетки из металла и поделочных камней «Настроение», броши из серебра «Цейтнот», где все балансировало на равновесии предельно отточенных и ясных деталей, выполненные в сложной технике флорентийской мозаики броши «День» и «Ночь». Четко выраженная идея этих вещей нашла точное и выразительное художественное и технологическое воплощение, чего она всегда добивается и от своих учеников.

К этому времени Ковалевой уже был создан Фонд поддержки образования и творчества петербургских ювелиров «Форма», на базе которого с 2000 года стал проходить Международный конкурс молодых дизайнеров ювелирных украшений «Образ и Форма» и появилась ювелирная школа, восполнившая серьезный пробел в ювелирном образовании в нашем городе.

Ученики школы — в основном выпускники ювелирного отделения Художественно-профессионального лицея, хотя здесь есть и студенты с высшим образованием, причем не только из Санкт-Петербурга, но и из Москвы. Обучение в школе продолжается 4—5 лет (в зависимости от программы), в вечернее время, так как практически все студенты работают на ювелирных предприятиях. Смысл специально разработанной авторской программы заключается в том, чтобы соединить полученные молодыми мастерами исполнительские навыки с мышлением профессионального художника-ювелира. Ученики изучают здесь теорию композиции, живопись, рисунок, объемное проектирование, цветоведение, компьютерную графику, историю искусств и ювелирного дела. Специальные задания по объемному макетированию развивают их пластическое мышление, живописные штудии учат чувствовать цвет, в том числе и в ювелирном изделии, пропедевтика оттачивает руку и глаз в чувстве формы. Сама Г. Ковалева преподает основы композиции и проектирования ювелирных изделий, используя оригинальные авторские наработки и методики. Много заданий дается на изучение органических форм и последующую их трансформацию в образ ювелирного изделия, где главная задача — найти выразительный пластический эквивалент природной формы, не теряя при этом ощущения ее живой плоти. И думается, не случайно архитектоника природных форм — излюбленная тема многих работ выпускников школы.

Галина Ковалева не только руководитель школы ювелирного искусства «Образ и Форма», президент фонда «Форма», но и неизменный председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия»

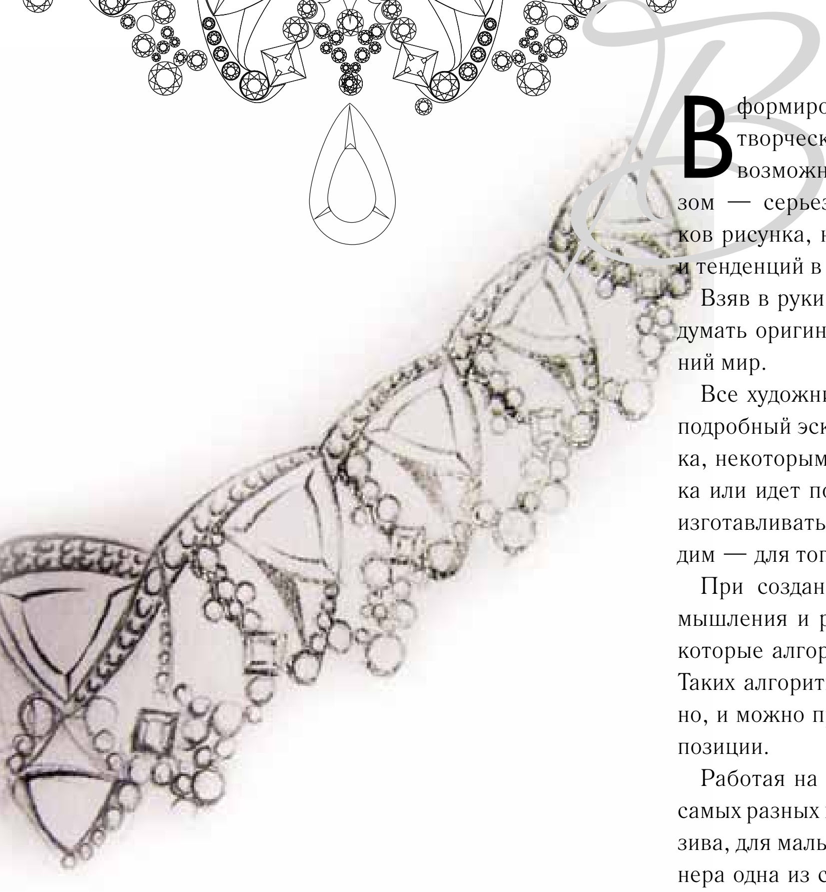
Занятия в школе ведут опытные преподаватели из Художественно-промышленной академии, Университета технологии и дизайна, Института ДПИ. Результаты грамотно построенной системы обучения не заставили себя ждать — ученики школы успели завоевать десятки престижных призов различных ювелирных конкурсов. Но для них важны не только творческие успехи, но и дружественная атмосфера школы, где бурно обсуждают защиты курсовых и дипломов, вместе отмечают праздники, ездят на пикники, и главное действующее лицо всех этих событий — Галина Николаевна Ковалева.

Помимо руководства школой и конкурсом «Образ и Форма» она уже много лет возглавляет жюри конкурсной Программы «Ювелирная Россия», охватывающей Санкт-Петербург, Москву, Екатеринбург; является председателем конкурса авторского ювелирного искусства «Алатырь» в Калининграде, курирует филиал своей школы во Владикавказе. Кроме всего прочего, Галина Николаевна — бабушка двух очаровательных внуков, и непонятно, как она успевает найти для них свободное время. Поэтому нам остается только пожелать ей здоровья и успехов во всех ее нужных и благих делах!

Юлия Агалюлина

Эскиз

Самым красивым и интересным процессом в производстве ювелирных украшений является создание эскиза. Украшение можно нарисовать яркое, кричащее, а можно скромное, спокойное. В эскизе передается вся полнота творческого пути, по нему можно понять настроение и темперамент автора. И конечно же, любому человеку приятно видеть готовое украшение, удачно выполненное по его собственному замыслу.



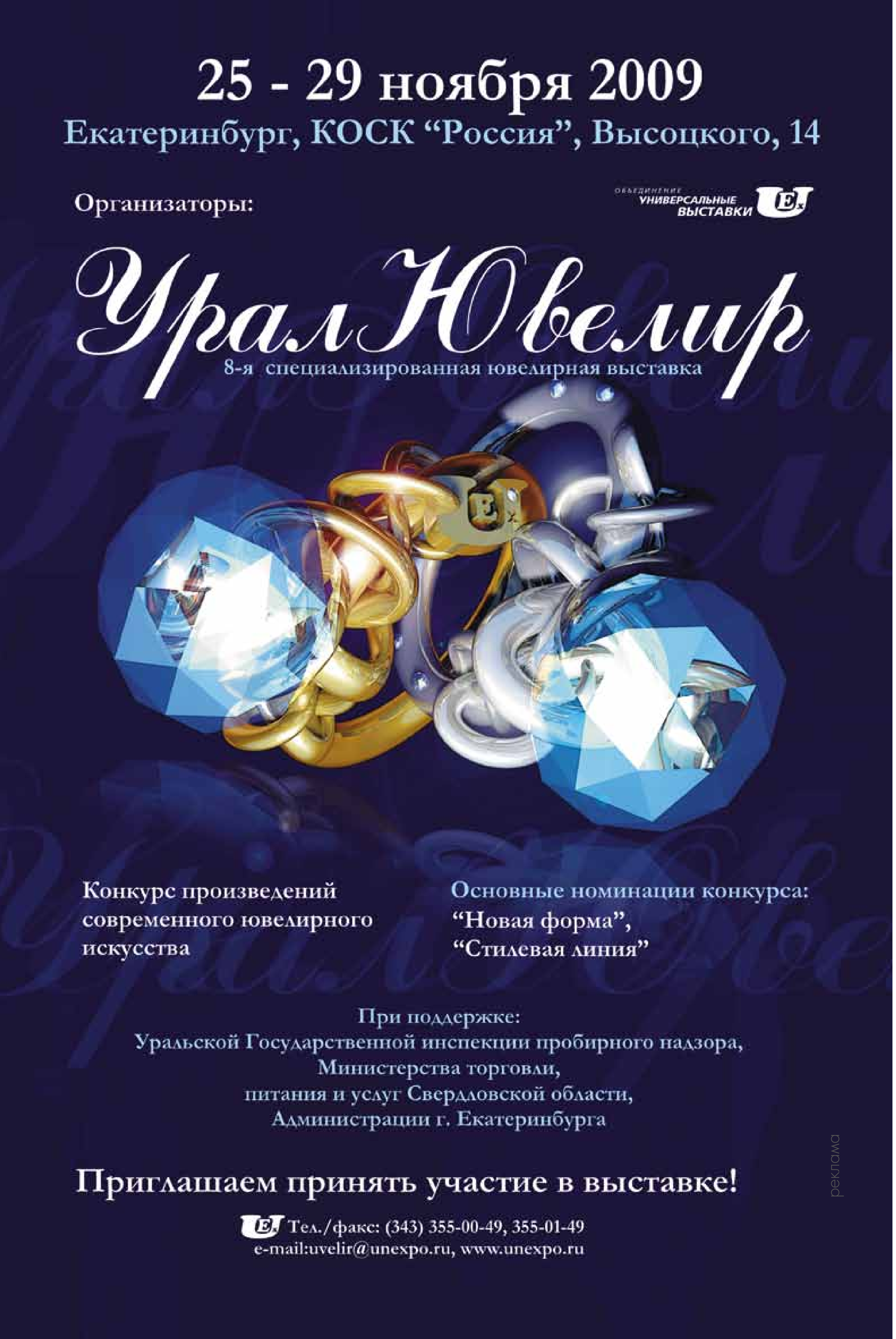
В формировании ювелирного образа имеют большое значение творческие предпочтения, функциональность, экономические возможности и психологические нюансы. Работа над эскизом — серьезная творческая задача, требующая не только навыков рисунка, но и знаний законов композиции, свойств материалов и тенденций в ювелирной моде.

Взяв в руки карандаш, вы можете с большой увлеченностью придумать оригинальное кольцо, которое будет отражать ваш внутренний мир.

Все художники-ювелиры работают по-разному — кому-то нужен подробный эскиз с размерами, кому-то достаточно условного наброска, некоторым эскиз вообще не нужен, так как идея ясна без рисунка или идет поиск непосредственно в металле. Если вы планируете изготавливать изделие несамостоятельно, эскиз вам просто необходим — для того чтобы донести свою мысль до мастера.

При создании эскиза вырабатывается свой собственный метод мышления и рисования от начала до конца, но можно вывести некоторые алгоритмы последовательности — от идеи до воплощения. Таких алгоритмов несколько, важно лишь понять, что вам интересно, и можно пробовать, экспериментировать, применяя знания композиции.

Работая на ювелирном предприятии, надо уметь рисовать эскизы самых разных направлений: для массового производства, для эксклюзива, для малых серий, для подиумных украшений. Профессия дизайнера одна из самых интересных и развивающих в мире драгоценных украшений.



При желании выполнить эскиз может возникнуть вопрос: «С чего начать?». Путь создания украшения начинается с вдохновения. Идеи, как правило, приходят по-разному: иногда спонтанно, иногда долго обдумываются. Источником вдохновения может быть все что угодно — фактура, цвет, элементы орнамента или узор на морозном стекле. Но вдохновение для дизайнера — это только начало.

Далее идет изучение темы и ее интерпретация. В этом случае разработка коллекции — хороший способ исследования выбранной тематики. Коллекция может быть рядом работ или гарнитуром, в котором видна общая мысль и связь форм. Как правило, при работе над единичным украшением появляется множество идей для создания серии. Важно в ходе изучения темы оставаться открытым для новых идей и изменений.

При формировании образа надо внимательно относиться к правилам и законам композиции, чтобы ваше изделие было грамотно исполнено. Любитель может сделать эскиз достаточно грамотно, но надо стремиться к твердым знаниям, чтобы гармония вашего украшения была найдена не случайно, а базировалась на законах искусства. Законы искусства, как и законы науки, отражают явления природы. Основным законом любого произведения является его цельность и согласованность элементов. Цельность ювелирного украшения — в верно найденных пропорциях, в ритмической, пластической и цветовой гармонии.

Пропорции играют одну из главных ролей в искусстве, на них базируются остальные правила построения композиции. Закон пропорциональности заключается в соразмерности частей по отношению к целому и друг к другу. В архитектуре существует правило золотого сечения, которым нередко пользуются дизайнеры. Это правило наилучшим образом характеризует контраст между величинами, ясно различимый человеческим глазом. Если вы решили нарисовать колье с неодинаковыми по размеру звеньями, пользуясь правилом золотого сечения, можно вычислить наиболее гармоничное отношение звеньев относительно друг друга. Либо отношения величин выстраивают интуитивно, так как в ювелирном искусстве зрительная ясность важнее математической точности.

Закон доминирования обеспечивает выразительность изделия за счет доминанты по размеру, движению, цвету, контрасту и др. В статической и динамической композиции, а также ритмических и пластических движениях возможна гармонизация с использованием закона соподчинения противоположных частей. Существуют правила группирования, трехкомпонентности, контраста, которые привносят четкость и ясность в выражение общего замысла. Хороший специалист, изучив эти законы, при создании украшений применяют их интуитивно. Дизайнер работает с системой закономерных отношений, так как действия правил взаимосвязаны. Часто выражение художественного содержания требует не только следова-

ния определенным композиционным правилам, но и отступления от них.

В творческих работах используют несколько средств создания композиций: условное изображение реальных предметов, выражаемое в обобщенной форме, — стилизация, ритмическая организация, орнамент, оверлеппинг (наложение одной формы на другую) и другие приемы.

Стилизация — очень увлекательная задача. Окружающая нас природа является прекрасным источником для нее. Можно начать с зарисовки объекта с натуры, а в дальнейшем преобразовывать ее в сторону выявления декоративных качеств либо же сразу выполнять стилизацию мотива. Рисование с натуры — очень важный этап в создании композиции, зарисовывая форму, можно глубже изучить природу, выявляя пластику форм, ритмику, внутреннее строение и текстуру природных объектов. На основе набросков развивают темы для ювелирных коллекций. В этом случае бывают очень яркие, неожиданные сочетания форм.

В серебряном браслете «Кофе» применялся принцип стилизации. Для этого общий мотив кофейных зерен изменялся, трансформировался, сохраняя лишь некоторые узнаваемые черты. Элементы не повторялись, в браслете они образовали цельную картину, в каждом звене которой можно увидеть кофейное зерно.

На примере этого браслета видна ритмичность, которая образует своеобразный орнамент. Орнамент — одна из самых благодатных тем для создания колье, ожерелий, браслетов. В любых ритмических композициях большую роль играют разрабатываемые мотивы, из которых выстраивается орнамент. Его восприятие зависит от того, насколько выразительно изображаются мотивы в композиции. С одним и тем же элементом создаются статические и динамические композиции, строится орнамент на контрасте или на нюансе. В стилизации орнаментальных мотивов хорошо обращаться к наследию древних цивилизаций. Их произведения предельно лаконичны и выразительны по форме и силуэту.

В работе над эскизами необходимо постоянно учиться условности изображения и гибкости стилизаций. Применение готовых композиционных схем в построении орнамента не должно ограничивать фантазию. Вариации можно делать достаточно свободно, допуская смещение мотивов, дополняя деталями.

В основе кольца «Золотой тюльпан» лежит растительная форма. Источником формы стал узор на старинной ткани. Элемент из этого узора стилизован и преобразован в орнамент, который гармонично сочетается с камнями на широком основании кольца. Образ, использованный в орнаменте, послужил идеей для коллекции «Дикие тюльпаны».

Особое значение в ювелирных украшениях принадлежит цвету и гармоничным сочетаниям цветов. Большое разнообразие камней, цветовых оттенков металла способно вызывать у человека самые разнообразные эмоции. Колье «Тропическое море» задумано в сине-зеленых и в бело-голубых тонах, так как в истоке тема подводного мира. Морское создание, рассекая воду, оставляет позади себя воздушный шлейф. В колье камни имитируют пену, которая образуется во время движения в воде. Для своего украшения вы можете подобрать цвет, характерный для выбранной темы, как это сделано в колье «Тропическое море». С помощью цветового круга можно найти гармоничное сочетание оттенков для сложного многоцветного изделия.

Работы выполнены ООО «РосЮвелирПром» по эскизам Юлии Агалюлиной

Подача эскизов производится различными методами — карандашный набросок, акварельная отмывка, компьютерная графика. Наиболее удобный способ подачи эскиза в векторной графике, она позволяет достаточно быстро и аккуратно передать идею для выполнения в материале. Программное обеспечение позволяет также перевести набросок изделия в фотореалистичное изображение. Можно создавать, редактировать, анализировать и преобразовывать эскиз даже очень сложных ювелирных изделий.

В процессе работы непременно должно возникать чувство к своему творению. Это будет предпосылкой к удачному, красивому украшению. Посвятив некоторое время эскизу, вы найдете поэтичные решения, вносящие в застывшие формы живые и яркие интонации.

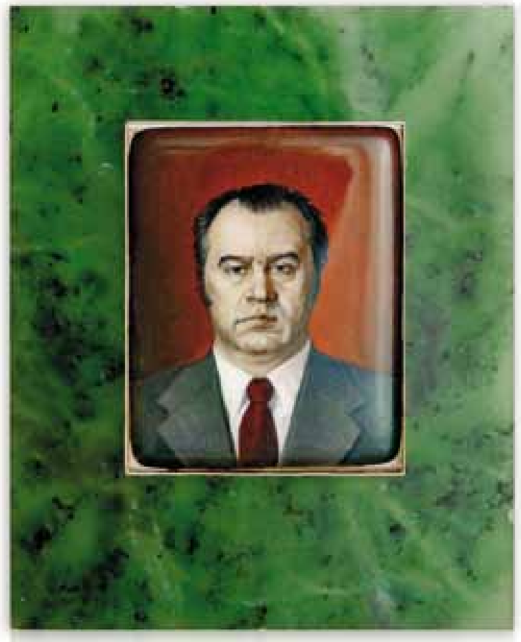
В. В. Скурлов

Светлой памяти выдающегося художника-камнереза

ВАСИЛИЙ ВАСИЛЬЕВИЧ КОНОВАЛЕНКО (1929–1989)

Василий Васильевич Коноваленко родился 5 июля 1929 года в селе Древня Донецкой области. Учился в Донецком архитектурно-художественное училище. Стал театральным художником, работал в театрах Донецка, Кишинева, Львова и Казани. Он член Союза художников, постоянно участвовал в выставках с эскизами театральных постановок. В 1954 году по конкурсу был принят в Академический театр оперы и балета им. Кирова в Ленинграде.

Известность молодому художнику принесло сотрудничество с начинавшим свое восхождение к славе Юрием Григоровичем. «В чернеющей глубине светилась малахитовая шкатулка, полная чудес...» — так начиналась одна из многочисленных рецензий на премьеру балета «Каменный цветок» Григоровича (премьера состоялась в 1957 году). Василий Коноваленко, занимавшийся оформлением спектакля, живо заинтересовался строением, формой и рисунком минералов. Он предпринял ряд поездок в составе геологических партий. С тех пор творческая судьба художника неразрывно связана с камнерезным искусством. Продолжая работу в театре, Коноваленко шлифует свое мастерство скульптора и камнереза. Апофеозом признания мастера стала выставка десяти композиций в Русском музее (1973 г.). Директор музея В. А. Пушкарев отметил художника-камнереза как «продолжателя традиций Фаберже». Общее количество созданных мастером фигур и композиций составляет не менее 65 единиц, из которых 25 выполнены им в СССР. В России 17 работ Коноваленко представлены в экспозиции музея «Самоцветы» в Москве.



Портрет Коноваленко. Михайлов Владимир Иванович, художник-эмальер. Частная коллекция

В 1981 году художник переехал на жительство в США, где он исполнил ряд повторений сюжетов советского периода. 20 работ мастера куплены после выставки 1984 года и хранятся в музее города Денвера (США). Одной из заслуг Василия Коноваленко является то, что он познакомил Америку с камнерезными фигурками, которые во времена Фаберже назывались «Русские типы». Напряженная творческая жизнь подорвала здоровье художника, последние годы он работал, преодолевая болезнь. 27 января 1989 года, 20 лет назад, выдающегося русского художника-камнереза не стало. Он похоронен на православном кладбище недалеко от Нью-Йорка. Сейчас творческое наследие Василия Коноваленко претворяет в жизнь фирма «Коноваленко Арт», которую возглавляют вдова Анна Коноваленко и трое сыновей.

О Василии Коноваленко:

«Имя Василия Коноваленко столь же легендарно, как имя Фаберже. Их произведения роднит неизменно оригинальный замысел, особенное русское чувство, легкость и виртуозность исполнения. Они сумели выявить лучшие качества прекрасных русских самоцветов и создали запоминающуюся галерею образов — как исторических персонажей, так и народных типов» (Татьяна Мунтян, искусствовед, Оружейная палата, Москва).

«Он снял сакральность с вещей Фаберже, доказал, что искусство Фаберже — достижимо» (Сергей Фалькин, художник-камнерез, Санкт-Петербург).

«...В исторической перспективе роль, которую сыграл Василий Коноваленко в развитии русского камнерезного искусства, трудно переоценить. Коноваленко является фигурой поистине титанического масштаба» (Антон Ананьев, художник-камнерез, Санкт-Петербург).

«Имя Василия Коноваленко знает каждый мастер, работающий с камнем, и, рассказывая о камнерезном искусстве, непременно произнесет его вслед за именем Карла Фаберже» (Ярослав Ксенофонтов, художник-камнерез, Санкт-Петербург).

«Коноваленко фактически возродил утраченную традицию камнерезного искусства» (Тимофей Раскин, художник-камнерез, Санкт-Петербург).

«Он бежал от режима, но не от России. Россия была нужна ему как воздух. Он любил Россию. Это видно из его произведений» (Валентин Скурлов, историк ювелирного искусства, Санкт-Петербург).

М. К. Чижов, главный специалист по геммологии
ОАО «Русские самоцветы»

Новое — это хорошо протертое старое

Как сделать, чтобы ваши драгоценности всегда радовали сиянием и блеском? Это несложно, нужно выполнять всего лишь несколько простых правил.

Но сначала давайте поговорим о том, что такое грязь. Вы удивлены? Вы думаете, что грязь отвратительно выглядит и ужасно пахнет? Ну что Вы, мы говорим об особом роде грязи, той, которая благоухает несравненными ароматами, приятна на ощупь, но, к сожалению, оставляет следы на драгоценных материалах. Это самые различные кремы, бальзамы, духи, лаки для волос, ну и, конечно, не будем забывать о всевозможных видах бытовой химии.

Правило 1. Старайтесь всегда снимать украшения перед выполнением любых работ.

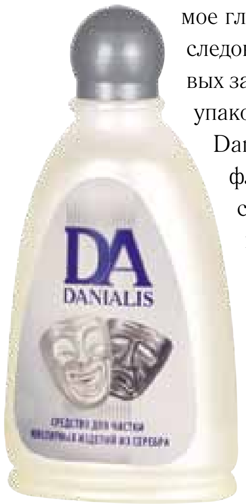
Ювелирные изделия и украшения даже при правильной эксплуатации загрязняются, и это естественно, ведь уже при надевании изделие соприкасается с руками человека. На руках всегда имеются следы пота и, соответственно, пыль, которые попадают на поверхность изделия. При носке изделия соприкасаются с элементами одежды и также загрязняются.

Правило 2. Если Вы не можете снять изделие, наденьте перчатки (защитите кольца да и руки тоже). В салонах красоты необходимо снять кольца, серьги, цепи, подвески.

При взаимодействии пыли и грязи с ювелирным изделием его поверхность подвергается механическому воздействию, в результате чего возникают микроцарапины, а также химическому воздействию, вследствие чего появляются пятна, а также возможно изменение цвета и даже разрушение как металла, так и камней природного или синтетического происхождения. Поверхность камня теряет блеск, что заметно ухудшает декоративные свойства изделия.

Правило 3. Если Вы вообще не носите украшения, а лишь периодически любуетесь на содержимое своей шкатулки, все равно ему (или им) нужен постоянный уход. Спросите почему? Когда Вы делаете генеральную уборку, вспомните хрусталь в посудном шкафу. Так же и украшения: накапливая пыль, они теряют свое сияние.

Ювелирные магазины часто информируют покупателя о том, как ухаживать за изделиями. И это необходимо, потому что правильная эксплуатация и уход существенно продлевают «жизнь» изделия.



Как мы уже выяснили, загрязнения неизбежны, и требуется постоянная влажная чистка украшений. Важно знать состав средства для чистки. Если в нем содержится этиловый спирт, то средство предназначено для чистки металлических деталей изделия. Более универсальны средства, содержащие моющие компоненты, они позволяют чистить изделия с твердыми камнями, такими как бриллианты, сапфиры, изумруды, рубины, топазы и т. д.

Однако при всем многообразии предлагаемых чистящих средств как отечественного производства, так и импортных остается проблема чистки изделий, в которых используются в качестве вставок такие материалы, как жемчуг, перламутр, коралл, слоновая кость, опал, малахит и др., т. е. камни либо органического происхождения, либо камни, имеющие пористость. Для подобных материалов использование имеющихся чистящих средств может привести к обратному результату, т. е. к безвозвратной порче камней.

Нами проведены испытания нового чистящего средства «Danialis для жемчуга и деликатных камней», при этом особый акцент был поставлен на те «трудные» для чистки камни, которые были описаны выше.

Не останавливаясь на деталях методики испытания, можно констатировать, что новое предлагаемое средство весьма эффективно очищает изделие и, самое главное, «трудные» для чистки камни как от следов косметических средств, так и от бытовых загрязнений. Помимо этого, не менее важна упаковка средства для чистки. И здесь средство Danialis оказалось на высоте, так как кроме флаконов по 100 мл есть еще одноразовые салфетки, удобные в поездках или для всевозможных экстренных ситуаций.

Используйте советы по уходу за ювелирными изделиями, применяйте самые лучшие чистящие средства, и Ваши драгоценности всегда будут радовать и украшать Вас.

DA
DANIALIS
средство по уходу
за драгоценностями
DANIALIS
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ
DANIALIS
ДЛЯ ЗОЛОТА
DANIALIS
ДЛЯ СЕРЕБРА
«DANIALIS», 199034, Санкт-Петербург,
В. О. 16-я линия, д. 7, оф. 59
Тел./факс: (812) 328 05 51/61, 327 75 65/66
Дилеры:
Москва:
ООО «КЛИО»
119991, Москва, Ленинский пр., д. 6
Тел./факс: (495) 237-3996, 237-4842, 237-6766
Санкт-Петербург:
ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д. 25, офис 508
Тел./факс: (812) 718 76 02, 336 39 48
реклама